



SALUD FIRMA UN CONVENIO CON LA ASOCIACIÓN AUTOCONTROL PARA ASEGURAR LA LEGALIDAD DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA EN ANDALUCÍA

El acuerdo permitirá a la Junta incrementar los mecanismos de protección de las personas consumidoras ante prácticas comerciales desleales

Madrid, 23 de octubre de 2017 - La **Consejera de Salud, Marina Álvarez**, ha firmado hoy un convenio de colaboración con el **Director General de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), José Domingo Gómez**, con el objetivo de asegurar la legalidad de la actividad publicitaria en Andalucía, facilitando y permitiendo el seguimiento de las prácticas comerciales desleales que afecten a las personas consumidoras y usuarias.

Con este acuerdo, según ha trasladado la titular de Salud, “estableceremos un marco de cooperación entre ambos organismos en materia de control y vigilancia de la actividad publicitaria, incrementando los mecanismos de protección de nuestra ciudadanía y asegurando que la publicidad que se emite en la comunidad autónoma cumpla con los principios de legalidad, veracidad y autenticidad”.

El acuerdo incluye igualmente la cooperación en la emisión de dictámenes, estudios, proyectos y resoluciones en materia de autorregulación y control deontológico de la actividad publicitaria. Igualmente, contempla la posibilidad de organizar actividades conjuntas de divulgación y formación relacionadas con la actividad publicitaria. Todo ello, sin menoscabo, en ningún caso, del ejercicio de la potestad sancionadora de la Consejería de Salud en caso necesario, ha subrayado Marina Álvarez.

Este convenio se enmarca en la normativa andaluza en materia de Consumo, que establece que la Consejería competente debe adoptar las medidas precisas para que las personas consumidoras sean destinatarias de una publicidad sujeta a la normativa vigente.

La Junta de Andalucía desarrolla desde 2008 campañas anuales de inspección en el ámbito de la publicidad comercial para comprobar que las actividades desarrolladas cumplen con los requisitos establecidos por la normativa. En la campaña de 2016, se realizaron 198 actuaciones inspectoras en un total de 173 establecimientos, resultando positivas el 32% del total. Las irregularidades detectadas estaban relacionadas con la práctica comercial desleal y con actividades engañosas. En cuanto a reclamaciones, se han registrado en el mismo año 380 reclamaciones en materia de publicidad engañosa. En total, se han iniciado 39 expedientes sancionadores por parte de los Servicios de Consumo, con una sanción total de 62.450 euros.



Prevención frente a sanción

Según ha explicado la consejera de Salud, la autorregulación es una estrategia que se está mostrando eficaz para el control de la publicidad y que se encuentra en plena expansión a nivel europeo, ya que supone una garantía de confianza y credibilidad en el sector. Así, “la autorregulación apuesta por la prevención frente a la sanción, para proteger los legítimos intereses económicos de las personas y el derecho a la información, velando por el respeto a la ética publicitaria”, ha matizado, a la vez que ha recalcado que en Andalucía la experiencia de colaboración y alianzas con la sociedad civil, sus organizaciones y las empresas que quieran colaborar lealmente a un modelo garante de derechos avala esta colaboración en materia de autorregulación.

La Ley de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía establece la necesidad de combinar todas las medidas para proteger al consumidor en materia publicitaria, por lo que el convenio suscrito hoy entre la Administración autonómica y la entidad nacional AUTOCONTROL viene a sumarse a las líneas de trabajo que viene desarrollando el Gobierno andaluz para fomentar la autorregulación en materia publicitaria, ya que AUTOCONTROL ya mantiene un convenio de colaboración con el Consejo Audiovisual de Andalucía.

Compromisos adquiridos

Entre los compromisos adquiridos en el convenio firmado hoy, se establece que la Consejería de Salud traslade a AUTOCONTROL las reclamaciones sobre publicidad para su resolución por el Jurado de la Publicidad de esta Asociación. Las resoluciones de este Jurado no vinculan a la autoridad administrativa, ni serán obstáculo para el ejercicio de las competencias autonómicas en relación con el control, la inspección y/o sanción de conductas irregulares, en su caso.

Asimismo, la Consejería podrá solicitar los informes que un determinado mensaje publicitario pudiera haber obtenido de AUTOCONTROL, en el marco de un procedimiento de consulta previa o de resolución de controversias. En esta línea, la Consejería tendrá en cuenta, a la hora de ejercer sus competencias, la existencia de informe positivo por parte de AUTOCONTROL a un determinado mensaje publicitario.

AUTOCONTROL, por su parte, informará regularmente a la Consejería de Salud de las resoluciones que adopte el Jurado de la Publicidad. Asimismo, podrá comunicar a la Consejería cualquier conducta ilícita que conozca en materia de consumo en relación con la actividad publicitaria. Para el seguimiento de todos estos compromisos se constituye una Comisión de Seguimiento.

AUTOCONTROL

La Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), es una organización sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España. Su objetivo es contribuir a que la publicidad constituya un instrumento útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria, los derechos de los consumidores, así como la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales.



La asociación tiene como fines, entre otros, la elaboración de códigos de ética publicitaria; la resolución de las reclamaciones planteadas por la realización de publicidad presuntamente ilícita o desleal; la revisión previa de campañas publicitarias a través del servicio *Copy Advice*®, que asesora sobre la corrección ética y legal de las campañas antes de su emisión, con el objeto de que éstas se adecuen a la normativa vigente; y la colaboración activa con los poderes públicos para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

Sobre AUTOCONTROL

Con el objetivo de gestionar el sistema español de autorregulación publicitaria se crea en 1995 AUTOCONTROL, una Asociación sin ánimo de lucro, compuesta por los principales Anunciantes, Agencias de Publicidad, Medios de Comunicación y Asociaciones profesionales relacionadas con la actividad publicitaria en España. En este momento, AUTOCONTROL cuenta con más de 500 miembros directos y 2.000 indirectos. Su objetivo es gestionar el sistema de autorregulación de la comunicación comercial sobre la base de tres instrumentos principales: un Código de Conducta, un órgano independiente (el Jurado de AUTOCONTROL de la Publicidad) que se encarga de resolver las controversias y reclamaciones y un Gabinete Técnico que presta asesoramiento previo a la difusión del anuncio a través del servicio de Consulta Previa (Copy Advice®). Desde su creación, AUTOCONTROL ha tramitado más de 3.700 casos, convirtiéndose en el mecanismo preferente de resolución de controversias en materia publicitaria de nuestro país. Además, desde su creación se han atendido más de 200.000 consultas sobre proyectos de anuncios, de las cuales más de 172.000 corresponden a Copy Advice® (control previo a la emisión de proyectos de anuncio). Asimismo, AUTOCONTROL gestiona 19 códigos sectoriales y tiene firmados más de 30 Convenios de cooperación o correulación con la Administración y 15 con organizaciones sectoriales.

Más información en www.autocontrol.es o siguiéndonos en [Linkedin](#).

Contacto de prensa: Pilar Romero /Elvira Sainz

comunicacion@autocontrol.es

91.309.66.37