



# **BALANCE ACTIVIDAD AUTOCONTROL 2016**

## ÍNDICE

- **PRINCIPALES HITOS 2016**
- **EVOLUCIÓN DE AUTOCONTROL EN CIFRAS**
- **BALANE ANUAL 2016**
  1. **Asesoramiento Previo y Copy Advice®**
  2. **Control a posteriori: Actuaciones del Jurado de la Publicidad**
  3. **Otros servicios**
  4. **Relaciones con la Administración**
  5. **Relaciones con la Industria Publicitaria**

## PRINCIPALES HITOS DE AUTOCONTROL EN 2016

35.684 consultas sobre publicidad recibidas en 2016 (31% más que en 2015)

26.199 Copy Advice® y 9.485 Consultas Legales

Un 20% más de Copy Advice® que en 2015, y un 70% más de consultas legales

Informe EASA 2015: España sigue en la 2ª posición en nº de Copy Advice® emitidos

281 casos tramitados por el jurado de la publicidad

Informe EASA 2015: España se sitúa como #10 en casos resueltos por el Jurado

2 nuevos Códigos sectoriales: ANEABE, publicidad en el cine (Movierecord, Discine y 014)

Más de 500 socios directos (49 nuevas adhesiones en 2016)

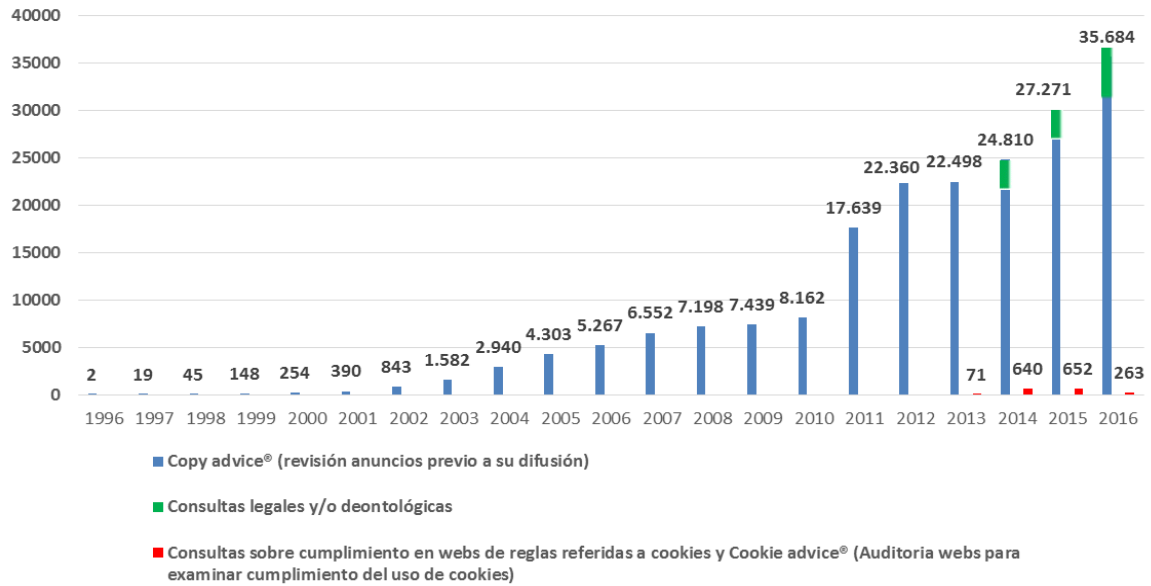
2 nuevos convenios con Administración Pública (Generalitat Valenciana y Castilla-La Mancha)

Creación del *International Council on Advertising Self-Regulation (ICAS)*

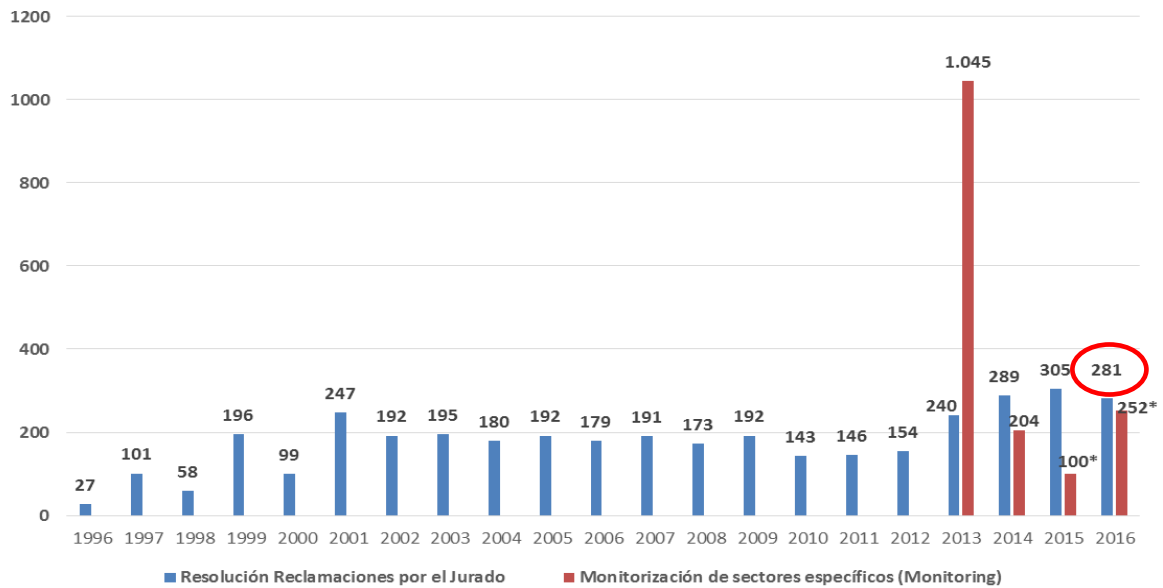
Jornada sobre Propuesta de Directiva Audiovisual con CNMC y Comisión Europea

# EVOLUCIÓN DE AUTOCONTROL EN CIFRAS

## Actividad preventiva



## Control a posteriori



**En 2016 el Jurado resolvió 281 casos, como consecuencia de 1.802 reclamaciones presentadas frente a 395 anuncios.**

\* En 2015 fueron objeto de monitoring 100 anuncios y páginas web de alimentos y bebidas.

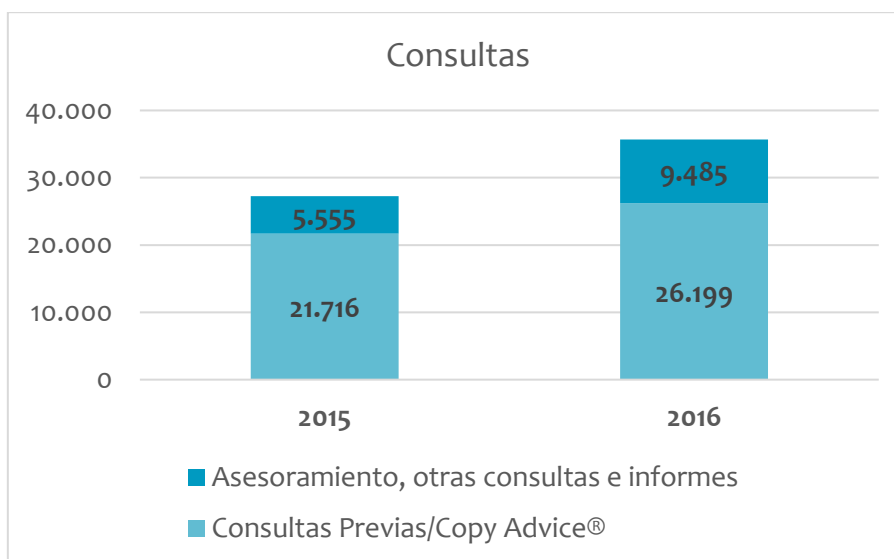
\* En 2016 fueron objeto de monitoring 94 anuncios y páginas web de alimentos y bebidas y 158 anuncios y páginas web de medicamentos.



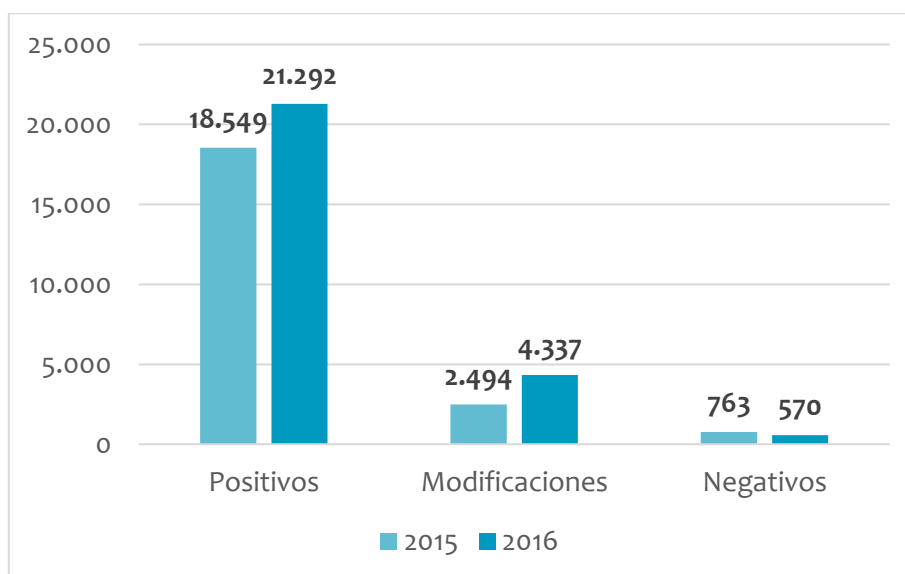
# BALANCE ANUAL 2016

## 1. ASESORAMIENTO PREVIO Y COPY ADVICE®

En 2016 aumentó el número de consultas previas solicitadas sobre proyectos de anuncios antes de su emisión. En concreto, **AUTOCONTROL recibió, por parte de anunciantes, agencias y medios, 35.684 consultas, un 31% más de solicitudes que en 2015: 26.199 corresponden a solicitudes de Copy Advice® sobre proyectos de anuncios (un 20% más que en 2015); y el resto, 9.485, fueron otro tipo de consultas legales (un 70% más que en 2015).**



### RESULTADOS COPY ADVICE®



## COPY ADVICE®: ÁREAS DE ACTIVIDAD DESTACADAS Y TIPO DE MEDIOS

### Protección del público infantil

En 2016, y en el marco de los programas de corregulación desarrollados por AUTOCONTROL conjuntamente con la autoridad audiovisual, los operadores de televisión y las asociaciones del sector (jugueteros, videojuegos y alimentación), este organismo ha revisado, antes de su emisión, aproximadamente el 90% de la publicidad infantil emitida en TV (concretamente **3.653 anuncios televisivos dirigidos al público infantil**). Esta cifra pone de manifiesto la eficacia de estos programas y el alto grado de cumplimiento de estos compromisos de control previo de su publicidad por parte de dichos sectores.

#### Consulta previa de proyectos de anuncio relacionados con protección de menores

	2015	2016
<b>Número total de Consultas Previas</b>	3.497	<b>4.034</b>

#### Consulta previa de publicidad dirigida a niños en TV

	2015	2016
<b>Positivos</b> (No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio)	2.704 (81,91%)	<b>3.016</b> <b>(82,56%)</b>
<b>Con modificaciones</b> (Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio)	538 (16,30%)	<b>587</b> <b>(16,06%)</b>
<b>Negativos</b> (Se ha desaconsejado la difusión del anuncio)	59 (1,79%)	<b>50</b> <b>(1,37%)</b>

## Protección de la dignidad de la mujer

También en 2016 aumentó el nivel de actividad en relación con la protección de la dignidad de la mujer y el tratamiento de su imagen en la publicidad, verificándose el cumplimiento de las exigencias legales y los compromisos deontológicos en este ámbito, en relación con todos y cada uno de los proyectos de anuncios analizados por el Gabinete Técnico. En concreto, de los 26.199 anuncios revisados antes de su emisión, se incluyeron **indicaciones relacionadas con estos motivos en 55 ocasiones.**

	2015	2016
<b>Nº TOTAL DE CONSULTAS PREVIAS en las que se incluyen indicaciones relativas al art.3 LGP, en materia de protección de la dignidad de la mujer.</b>	33	55

## 2. CONTROL A POSTERIORI: ACTUACIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

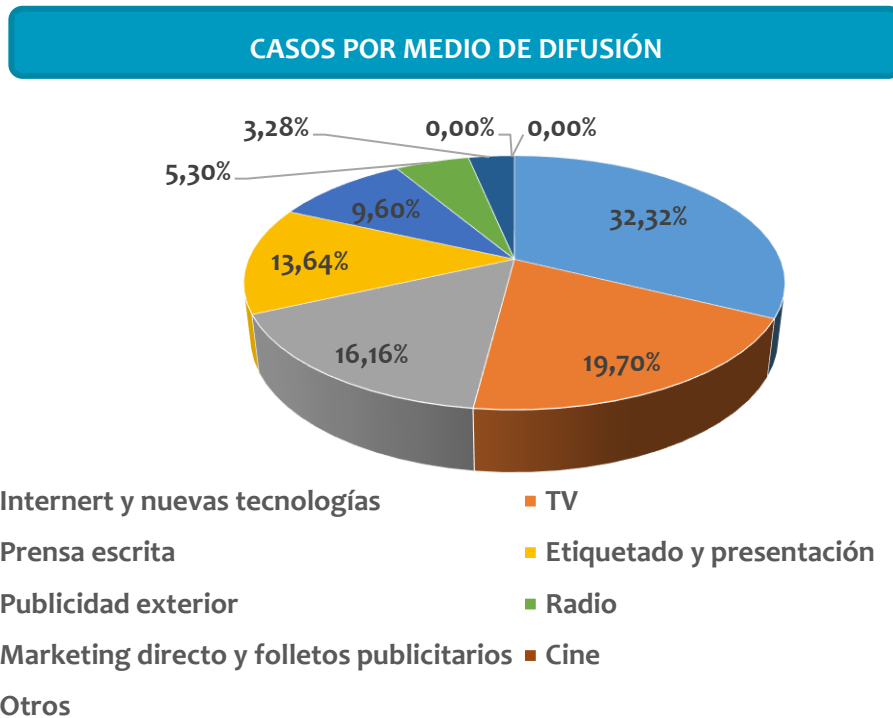
En 2016, AUTOCONTROL se volvió a mantener como el sistema preferente de resolución de controversias en materia publicitaria, muy por delante de los Tribunales de Justicia. Concretamente el año pasado, el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL tramitó **281 casos**, ascendiendo así a **más de 3.700 el número de casos tramitados desde su creación en 1996.**

De los 281 casos tramitados en 2016, el **60,5% fueron presentados por consumidores o asociaciones de consumidores y otras organizaciones ciudadanas**, el **23,8% por empresas o asociaciones empresariales**, y el resto por comunicación o a instancia de organismos de la Administración, o fueron casos transfronterizos a través de la red de la **European Advertising Standards Alliance (EASA).**

**En 90 de los casos**, la reclamación fue aceptada por el reclamado, comprometiéndose a modificar la campaña o cesar su difusión, o bien resuelta por mediación, sin intervención del Jurado. De los casos que pasaron al Jurado: **48 fueron estimados totalmente**, **12 estimados parcialmente** y **59 desestimados.** Asimismo se emitieron **42 dictámenes.**

El plazo medio de resolución de la reclamación publicitaria por el Jurado en primera instancia es de tan sólo **14 días**, reduciéndose a **4 días** en aquellos casos en los que el reclamado acepta la reclamación y se compromete a cesar o rectificar la publicidad, y a **6** en los casos que se resuelven por mediación.

Por último, con respecto al medio de difusión de las campañas reclamadas, **Internet continúa siendo el que más reclamaciones recibe**, desde que se consolidara como soporte publicitario relevante. En segundo lugar se sigue situando la publicidad difundida en televisión, y la difundida en prensa escrita se sitúa en tercera posición.



### 3. OTROS SERVICIOS

El Departamento Digital de AUTOCONTROL atendió, en 2016, 263 consultas relacionadas con cookies, de las cuales 211 fueron Informes sobre cumplimiento de la normativa sobre cookies en páginas Web (**Cookie Advice®**) y, el resto, otros asesoramientos y consultas sobre esta materia.

En 2016 AUTOCONTROL ha realizado monitoring en 252 piezas de los sectores de alimentación, bebidas y medicamentos.

Paralelamente, en 2016, AUTOCONTROL ha continuado a través de su revista mensual, newsletters y seminarios, su labor de información y formación de la industria publicitaria, y de la sociedad en general, en relación con las novedades legislativas, deontológicas y jurisprudenciales que afectan a la publicidad.

### 4. RELACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN

En 2016 se firmaron los siguientes convenios con la Administración Pública, ascendiendo a 27 el número total de acuerdos de colaboración que AUTOCONTROL tiene actualmente con las Administraciones Públicas:

- **Convenio de Colaboración con la Consejería de Sanidad de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha en materia de control de la actividad publicitaria.**



- **Convenio con la Generalitat Valenciana en materia de control de la actividad publicitaria**

## **5. RELACIONES CON LA INDUSTRIA PUBLICITARIA**

En 2016 se establecieron los siguientes códigos éticos, ascendiendo a 19 los códigos sectoriales que actualmente aplica AUTOCONTROL:

- **Código deontológico de buenas prácticas del sector de aguas de bebida envasadas en materia de etiquetado y publicidad (ANEABE) (Febrero 2016).**
- **Código ético de publicidad en cine de las principales agencias de exclusivas de publicidad cinematográfica (Movierecord, Discine y 014) (Mayo 2016).**