

La Dirección General de Ordenación del Juego acuerda colaborar con AUTOCONTROL para la autorregulación de la publicidad del juego

Madrid, 17 de noviembre de 2011.- La Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Economía y Hacienda, ha firmado un acuerdo de corregulación en materia de publicidad de las actividades de juego con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, AUTOCONTROL, asociación sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España.

El objeto del citado Acuerdo consiste en establecer un mecanismo de corregulación publicitaria – complementario de la vía administrativa y la judicial- para llevar a cabo un eficaz control y seguimiento de la publicidad en el sector del juego, conforme a lo previsto en la Ley reguladora del Juego. El mismo se basa en una mutua colaboración entre la autoridad estatal competente en materia de regulación, inspección y control de la publicidad de actividades de juego, y el organismo español de autorregulación publicitaria, AUTOCONTROL.

Con este Acuerdo, la Dirección General de Ordenación del Juego apoya el sistema de autorregulación de AUTOCONTROL, basado en el sometimiento voluntario de anunciantes, agencias de publicidad, medios de difusión y operadores a un Código de Conducta Publicitaria, y que prevé un sistema extrajudicial de resolución de controversias, así como un servicio de consulta previa que permite al anunciante, agencia o medios, consultar y obtener un informe acerca de la corrección legal y ética de un determinado proyecto de campaña publicitaria antes de su difusión al público.

En definitiva, con la puesta en marcha del mecanismo de mutua colaboración descrito, se espera que contribuya a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria de las actividades de juego en beneficio de los consumidores y usuarios, y del propio sector.

Más información:

Sandra Cid Dopazo,
Directora de Comunicación de AUTOCONTROL
91-309.66.37 // sandra.cid@autocontrol.es