



Día Mundial de Internet 2017

Importante crecimiento de la actividad de AUTOCONTROL en el ámbito digital

- *En el primer trimestre de 2017 AUTOCONTROL ha gestionado más de 3.000 Copy Advice® sobre proyectos de anuncios a difundir en medios digitales, aproximadamente un 70% más que en el mismo periodo de 2016.*
- *El Departamento de Desarrollo Digital de AUTOCONTROL atendió, en el primer trimestre de 2017, 41 solicitudes de Cookie Advice®; un 78% más que en el primer trimestre de 2016.*
- *Durante los tres primeros meses de 2017, el Jurado de la Publicidad ha resuelto 30 casos en los que se reclamaban anuncios difundidos en Internet.*

Madrid, 17 de mayo de 2017. – Es un hecho que la inversión publicitaria en medios digitales es cada vez mayor en España, por lo que la autorregulación publicitaria se convierten en un excelente aliado de las empresas para llevar a cabo una comunicación comercial responsable, también en el ámbito de Internet y las nuevas tecnologías. Cada vez más empresas hacen uso de las herramientas que [AUTOCONTROL](#), la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial en España, pone a su disposición para asegurar el cumplimiento de las normas legales y deontológicas que aplican a la publicidad digital en España.

Con ocasión de la celebración del **Día Mundial de Internet**, AUTOCONTROL ha hecho públicos los principales datos de su actividad en el ámbito digital durante el primer trimestre de 2017:

- En lo que a su servicio de consulta previa o **Copy Advice®** se refiere, **entre los meses de enero y marzo de este año, el Gabinete Técnico de AUTOCONTROL ha revisado, a solicitud de anunciantes, agencias y medios, 3.037 proyectos de anuncios antes de su difusión en Internet, lo que representa un incremento del 70% respecto al mismo periodo de 2016.** Se trata de un porcentaje de crecimiento incluso superior al registrado durante el año pasado, en el que se incrementó un 47% el número de consultas sobre proyectos de publicidad interactiva respecto a 2015, atendándose un total de más de 8.200 solicitudes voluntarias de Copy Advice® sobre comunicaciones comerciales en soportes digitales.

De los proyectos de anuncios para medios digitales revisados por AUTOCONTROL antes de su difusión en el primer trimestre de 2017: un 83% obtuvieron un informe positivo, en un 14% se recomendó llevar a cabo algún tipo de modificación para ajustarse a la normativa vigente, y en un 0.6% (18 proyectos de anuncio) se desaconsejó la difusión de la campaña.

- Por su parte, **el Departamento de Desarrollo Digital de AUTOCONTROL ha atendido 41 solicitudes de empresas para llevar a cabo auditorías técnico-legales de sus páginas web (Cookie Advice®),** con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias legales previstas para el uso de las *cookies*. En particular, en relación con la información a facilitar y el

mecanismo para la obtención del consentimiento del usuario. Esto supone un crecimiento del **78%** respecto a las solicitudes de Cookie Advice® gestionadas en el primer trimestre de 2016.

“Estas cifras de actividad de control previo voluntario ponen de manifiesto el creciente compromiso de las empresas por asegurar el cumplimiento de la normativa legal y deontológica respecto a la publicidad que difunden, también en medios digitales”, afirma José Domingo Gómez Castallo, Director General de AUTOCONTROL.

- Paralelamente, **el Jurado de la Publicidad ha resuelto, en este primer trimestre de 2017, 30 casos en los que se reclamaban anuncios difundidos en medios digitales.**

José Domingo Gómez Castallo concluye que “desde AUTOCONTROL continuamos trabajando, junto con la industria, para afrontar exitosamente los nuevos retos que plantea la publicidad en medios digitales, tanto en lo que se refiere a formatos y modalidades (como el *branded content*, la publicidad nativa o el marketing de *influencers*), como en relación con la privacidad y la protección de datos. Nuestro objetivo último es que la comunicación comercial en soportes digitales sea veraz, legal, honesta y leal”.

AUTOCONTROL y Confianza Online

Además, AUTOCONTROL continúa colaborando estrechamente con **Confianza Online** (Asociación de la que es cofundadora junto con adigital), en la gestión del Sello que distingue a las empresas asociadas, con el fin de aumentar la confianza de los usuarios en Internet, tanto cuando navegan en la red, como cuando compran. Hasta la fecha, **más de 2.700 sitios web cuentan con este Sello.**

AUTOCONTROL y la Autorregulación de la publicidad digital en Europa

En el ámbito europeo, AUTOCONTROL participa activamente en la **European Advertising Standards Alliance (EASA)**, organismo que aglutina a los sistemas nacionales de autorregulación publicitaria y a las principales asociaciones de esta industria, y que, entre otros proyectos, lidera iniciativas de *Best Practice Recommendations* también en relación con la publicidad digital. Asimismo, colabora con el **sistema europeo de autorregulación sobre publicidad comportamental (Online Behavioural Advertising, OBA)**, puesto en marcha en 2011, auspiciado por la Comisión Europea, y gestionado por la **European Digital Interactive Advertising Alliance (EDAA)**. A través de esta iniciativa se permite a los usuarios gestionar sus preferencias respecto a la publicidad comportamental que reciben de las empresas, adheridas a través de la página web www.youronlinechoices.eu. En concreto, AUTOCONTROL es el organismo encargado de resolver en España las eventuales reclamaciones que pudieran recibirse por incumplimiento de los compromisos asumidos por las empresas adheridas a este programa.

Sobre AUTOCONTROL

Con 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 195.400 consultas sobre proyectos de anuncios, de las cuales 156.900 corresponden a Copy Advice® (control previo a la emisión de proyectos de anuncio). Asimismo, AUTOCONTROL gestiona 19 códigos sectoriales y tiene firmados 27 Convenios de cooperación o corregulación 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
www.autocontrol.es