



Fernando Tejada, Director de Conducta de Mercado y Reclamaciones del BDE, inaugura la 22ª Asamblea General de AUTOCONTROL

- *El Director de Conducta de Mercado y Reclamaciones del Banco de España destaca que su Departamento mantiene una estrecha, continua y amigable colaboración con la Asociación, que redundará, sin duda, en beneficio mutuo.*
- *El Informe de gestión de AUTOCONTROL en 2016 destaca el crecimiento en un 20% del número de solicitudes de control previo a la emisión de anuncios.*

Madrid, 25 de mayo de 2017 – AUTOCONTROL, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial en España, ha celebrado hoy su 22ª Asamblea General. D. Fernando Tejada, Director de Conducta de Mercado y Reclamaciones del Banco de España, ha sido el encargado de inaugurar el acto, al que han asistido numerosos representantes de las empresas y asociaciones que integran AUTOCONTROL; a día de hoy más de 500 entre anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación, y asociaciones profesionales que operan en el ámbito de la publicidad en España.

Dña. Almudena Román, Presidenta de AUTOCONTROL, agradeció y dio la bienvenida al acto a todos los asistentes, y en particular a D. Fernando Tejada, a quien cedió la palabra. En su intervención, D. Fernando Tejada comenzó agradeciendo la invitación a participar de AUTOCONTROL, con quién, señaló, “mi Departamento mantiene una estrecha, continua y amigable colaboración que redundará, sin duda, en beneficio mutuo”. Tras recordar que el Departamento de Conducta de Mercado y Reclamaciones a su cargo es responsable de un amplio abanico de tareas supervisoras que, ponen el acento en que la relación de los bancos con sus clientes, o potenciales clientes, responda al principio de confianza, se refirió a las dos líneas de trabajo simultáneas llevadas a cabo por su departamento y que coinciden con los dos lados del mercado, la oferta y la demanda. Y a este respecto destacó que “las dos facetas de la publicidad, la que permite apalancar la transparencia del oferente hacia su cliente y la que permite una mejor formación de la decisión de éste, son complementarias y pueden contribuir decisivamente a consolidar la confianza recíproca que, como he repetido machaconamente, requiere la actividad financiera y también, sin duda, cualquier otra actividad económica”. Esta reflexión le llevó a concluir que en un mundo en el que los impactos publicitarios se han multiplicado exponencialmente, la labor que AUTOCONTROL “desempeña con rigor y responsabilidad adquiere una importancia capital para el ordenado desarrollo de la actividad económica y el consiguiente progreso de la sociedad”.

Informe de gestión 2016

Tras la inauguración, tomó la palabra de nuevo la Presidenta de AUTOCONTROL para introducir la presentación del Informe de gestión 2016, y lo hizo ensalzando la eficacia de la autorregulación publicitaria para la mejora de la calidad de las comunicaciones comerciales en España. A este respecto, destacó que tanto los datos de actividad del ejercicio 2016, como las cifras globales correspondientes a estos 22 años de actividad (**más de 200.000 consultas publicitarias atendidas, y más de 3.700 reclamaciones resueltas extrajudicialmente**) acreditan el compromiso de la industria publicitaria española con la autorregulación y su alto grado de responsabilidad. Asimismo, puso de manifiesto la importancia creciente de la autorregulación a nivel internacional, y recordó la reciente constitución de la **International Council on Advertising Self-Regulation (ICAS)**, nueva plataforma internacional que agrupa a organismos nacionales de autorregulación publicitaria de los cinco continentes y a asociaciones internacionales del sector. A su juicio, la designación de **D. José Domingo Gómez Castallo, Director General de AUTOCONTROL**, como Presidente de este organismo, evidencia el reconocimiento y liderazgo de la autorregulación publicitaria española, incluso a nivel internacional.

Seguidamente, D. José Domingo Gómez Castallo ha resumido a los socios el Informe de gestión correspondiente a 2016, incluyendo el balance de actividad. Durante este ejercicio, ha señalado, el Gabinete Técnico de AUTOCONTROL recibió **35.684** consultas por parte de anunciantes, agencias y medios de comunicación. De ellas, **26.199 corresponden a solicitudes de Copy Advice® o revisión voluntaria de proyectos de anuncio antes de su difusión, un 20% más que en 2015. Este incremento asciende hasta el 47% en relación a proyectos de anuncios que se van a difundir en Internet.** Estos datos consolidarían a España, un año más, como segundo país que más solicitudes de Copy Advice® recibe en Europa, solo por detrás de Reino Unido¹.

Por otro lado, el Director General de AUTOCONTROL recordó el importante papel que sigue desempeñando el **Jurado de la Publicidad**, como organismo extrajudicial de resolución de controversias en materia publicitaria. El año pasado este Jurado tramitó **281 casos, en relación con 1.806 reclamaciones, correspondientes a 395 anuncios**, lo que le mantiene como sistema preferente de la resolución de controversias en esta materia en España, muy por encima de los Tribunales de Justicia. **Internet volvió a ser el medio más reclamado en 2016.**

La estrecha colaboración con la Administración, y la creciente confianza de ésta en AUTOCONTROL, fue otro de los principales puntos destacados por el Director General, que recordó que, tras la firma en 2016 del **Convenio de colaboración con la Generalitat Valenciana, en materia de control de la actividad publicitaria**, y de la **Adenda al Convenio suscrito, en enero de 2016, con la Consejería de Sanidad de Castilla - La Mancha, en materia de control de la actividad publicitaria** son, en estos momentos, 28 los Acuerdos de colaboración o corregulación alcanzados con diferentes organismos públicos competentes en materia de control publicitario.

Finalmente, también puso de manifiesto el creciente compromiso de las empresas con la autorregulación publicitaria a nivel sectorial, siendo buena prueba de ello los dos nuevos códigos de conducta publicitaria sectorial cuya aplicación se ha encomendado a AUTOCONTROL en 2016: **el Código deontológico de buenas prácticas del sector de aguas de bebida envasadas en materia de etiquetado y publicidad (ANEABE)** y **el Código ético de publicidad en cine de las principales agencias de exclusivas de publicidad cinematográfica (Movierecord, Discine y 014)**. Con estos son 19 los códigos de conducta sectoriales cuya aplicación se ha encomendado por AUTOCONTROL.

D. Jose Domingo Gómez Castallo concluyó su intervención refiriéndose a los nuevos retos que debe afrontar la industria publicitaria española (entre otros, en el ámbito digital), y, con ella, el sistema de autorregulación publicitaria. También recordó, en este sentido, la voluntad de la Asociación de continuar siendo una herramienta útil para ayudar a la industria a asegurar el cumplimiento de la legislación vigente y de los compromisos deontológicos voluntariamente asumidos por esta.

Nuevos miembros del Jurado y composición de la Junta Directiva de AUTOCONTROL

Como cada año, la Asamblea General también ha servido para ratificar el nombramiento de nuevos miembros en el Jurado de la Publicidad, así como para elegir parcialmente a la Junta Directiva.

En lo que al Jurado se refiere, se ratificó el nombramiento de los siguientes miembros: D. Luis Berenguer, Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia y Ex Presidente de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC), como nuevo presidente de la Sección Sexta; D. Pablo San José, Licenciado en Económicas, con un PGD por el IEASE, Ex Director de Marketing de Renault, Ex Director General Comercial del Grupo Zeta y Ex Tesorero de AUTOCONTROL, como vocal de la Sección Quinta; D. Oliver Grey, Doctor en Ciencias Políticas y Ex Director General de EASA, como Vocal de la Sección Sexta; D. Manuel López Cachero, Catedrático de Estadística Actuarial, Ex Rector de la Universidad Alfonso X el Sabio, Ex Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de ICADE y la Universidad Complutense, y Ex Presidente de AENOR, como Vocal de la Sección Tercera; y Dña. Yolanda Aguilar Olivares, Secretaria General del Servicio Madrileño de Salud, como Vocal de la Sección Primera, y como resultado del Convenio firmado con la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN), que designa el 25% de los miembros del Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL

Finalmente, se procedió a la elección de diversos cargos de la Junta Directiva, en la que están representadas más de 30 compañías. Dña. Almudena Román, Directora General de ING Bank, continúa como Presidenta; se mantienen como Vicepresidentes D. Dante Cacciatore, Director de Comunicación y Experiencia de Cliente de Telefónica España, D. Fructuoso Moreno Escobar, Presidente y CEO de TBWA España, D. Juan Pablo Álvarez Nespereira, Director de Marketing del Grupo Prisa, y Dña. Lidia Sanz Montes, Directora General de la Asociación Española de Anunciantes (AEA); y D. Eduardo Ballesteros continúa como Tesorero de AUTOCONTROL.

Las compañías y candidatos y elegidos para cubrir las vacantes de la Junta Directiva como Vocales son: D. Javier Coromina, Director de Servicios de Marketing y Comunicación de Adam Foods / Idilia Foods S.L.; Dña. Ana María Morales, Country Manager de Beiersdorf S.A.; D. Javier Mas, Director de Marketing de Caixabank S.A.; Dña. Beatriz Osuna, Brand PR Senior Manager de Coca-Cola; D. Juan Viñas, Director Corporativo de Marketing del Grupo Nueva Pescanova; Dña. Alejandra Cobb, Directora de Comunicación de Procter & Gamble España; D. Francisco Prat, Director de Marketing Alimentación de Unilever; Dña. Cristina Barbosa Trueba, Directora de Imagen y Marca de Vodafone España S.A.U.; D. David Coral, Presidente & CEO de BBDO España; D. Jesús Valderrábano, CEO de Ogilvy & Mather Publicidad; Dña. Dolores Álvarez García, Jefa del Departamento Comercial de la Agencia Pública Empresarial de Radio y Televisión de Andalucía; D. Manuel Areán, Secretario General de la Corporación Voz de Galicia S.L.U.; D. Francisco Ruiz Antón, Director de Políticas Públicas y Relaciones Institucionales de Google España y Portugal; D. Alfonso Oriol, CEO de Movierecord Cine; D. Carlos Rubio, Director General de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP); D. Honorio Ruiz, Secretario General de la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF); Dña. Beatriz

Medina, Presidenta de IAB Spain; y D. David Torrejón, Director General de la Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (La FEDE).

La composición íntegra tanto del Jurado de la Publicidad como de la Junta Directiva puede consultarse en www.autocontrol.es.

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 156.900 corresponden a Copy Advice® (control previo a la emisión de proyectos de anuncio). Asimismo, AUTOCONTROL gestiona 19 códigos sectoriales y tiene firmados 28 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

¹ Según últimos datos de la *European Advertising Standards Alliance* (EASA), correspondientes a 2015.