

## AUTOCONTROL celebra su Asamblea General

AUTOCONTROL celebró el pasado 9 de junio su 14ª Asamblea General. El acto estuvo presidido por Juan Astorqui, Presidente de AUTOCONTROL y Director General Adjunto y Director de Comunicación de CAJA MADRID, y José Domingo Gómez Castallo, Director General de AUTOCONTROL y contó con la presencia de los principales representantes del sector publicitario en España (medios de comunicación, anunciantes y agencias).

En su intervención el Presidente de AUTOCONTROL destacó la alta responsabilidad de la que puede hacer gala la industria publicitaria en nuestro país, resaltando los buenos resultados obtenidos por el sistema de autorregulación publicitaria de AUTOCONTROL en 2008, con cerca de 7.200 consultas recibidas sobre anuncios antes de su emisión, y la tramitación de tan solo 173 reclamaciones, un 10% menos que el año anterior.

Tras la intervención del Presidente de AUTOCONTROL, le tocó el turno al Director General de la Asociación, José Domingo Gómez Castallo, quién presentó la Memoria de la Asociación. Para el Director General “el 2008 ha sido un excelente año para la autorregulación publicitaria”. En su intervención, resaltó que el Jurado de AUTOCONTROL se mantiene como el mecanismo preferente para la resolución extrajudicial de controversias en materia publicitaria, con la resolución de 2.038 casos desde su creación. En relación a la actividad desarrollada por el Jurado en 2008, destacó que se trata de un año donde no ha habido anuncios concretos que generen una gran polémica social y un gran número de reclamaciones particulares contra un mismo anuncio. Para José Domingo Gómez Castallo “sin lugar a dudas, uno de los motivos del bajo índice de conflictividad existente en nuestro país en materia publicitaria, es el elevado uso que la industria publicitaria, hace del servicio de Consulta Previa de AUTOCONTROL. Los datos así lo reflejan, desde la puesta en marcha de este Servicio, anunciantes, agencias y/o medios enviaron a AUTOCONTROL más de 30.000 consultas sobre proyectos de anuncios, de éstas, 7198 correspondían al Servicio de Copy Advice”. También en relación a la labor de prevención, destacó la labor realiza por la Asociación en la protección de los menores y de la mujer. En ese sentido, el gabinete técnico de AUTOCONTROL revisó, antes de su emisión, el 90% de la publicidad televisiva dirigida a niños.

El Director General de AUTOCONTROL finalizó su intervención haciendo referencia a los objetivos planteados por la Asociación para este año, entre los que se encuentran: Seguir trabajando en la creación de un marco favorable para el desarrollo de la autorregulación; extender la autorregulación a nuevos sectores y a nuevas formas publicitarias: como la firma del Código de autorregulación sobre los argumentos ambientales en comunicaciones comerciales; dar respuesta a la llamada a la autorregulación a las nuevas formas de publicidad derivadas de los formatos digitales - publicidad en redes sociales, publicidad comportamental, geolocalización y publicidad por bluetooth y regulación de la obtención y el uso de datos personales-; extender la autorregulación a la publicidad de servicios de telefonía; trabajar en el ámbito de Internet, para promover la confianza en la Red en el marco de “Confianza Online” (Asociación gestionada por AUTOCONTROL conjuntamente con AECM-FECMD); seguir colaborando con la Administración en los temas de especial preocupación para la sociedad y/o para el sector, como la aplicación del Reglamento (UE) 1924/2006 sobre declaraciones de propiedades saludables;



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

seguir reforzando la autorregulación con acuerdos sectoriales con los sectores comprometidos que desarrollen las herramientas de copy advice y resolución extrajudicial de controversias ; e incrementar el conocimiento y reconocimiento de AUTOCONTROL entre los consumidores y la Administración y las ventajas de la autorregulación: con nuevas campañas de publicidad de AUTOCONTROL.

Por otra parte, durante la Asamblea se procedió a la renovación parcial de las vacantes de miembros de Junta Directiva, de este modo, en 2009 se incorporan como nuevos miembros: Campofrío; Cepsa; CIA. Coca-Cola de España, S.A.; Danone, S.A.; El Corte Inglés; Grupo Leche Pascual; Nutrexpa, S.A.; Procter & Gamble España; Bassat Ogilvy; Media Planning Group (MPG); TBWA España, S.A.; Zenithoptimedia, S.A.; Corporación Voz de Galicia, S.L.U.; Google Spain; Radio Televisión Española; Asociación Española de Anunciantes (AEA); Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP) y Cerveceros de España.

Así mismo, en el transcurso de la Asamblea, se procedió a la aprobación del informe de gestión, así como de las Cuentas Anuales y del Balance, presentados por el tesorero de la Asociación, Pablo San José Sanz y se procedió a la ratificación de los nuevos miembros del Jurado propuestos por la Junta Directiva. Además se aprobaron las ligeras modificaciones realizadas en los Estatutos de la Asociación.