



[Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial]

NOTICIAS BOLETÍN 112, OCTUBRE DE 2006

AUTOCONTROL PONE EN MARCHA SU PRIMERA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

Con el objetivo de incrementar el conocimiento de AUTOCONTROL como organismo que gestiona la autorregulación de la publicidad en España y legitimarlo como sistema útil y eficaz en la resolución de conflictos y protección del Consumidor, AUTOCONTROL está preparando el lanzamiento de una campaña de publicidad.

De este modo, AUTOCONTROL cumple con uno de los requisitos exigidos por la Comisión Europea a nuestra organización europea EASA, para tenernos en cuenta como órgano alternativo de aplicación de la normativa europea y/o nacional.

Para el desarrollo de esta campaña, y teniendo en cuenta que el presupuesto del que dispone la Asociación es limitado, AUTOCONTROL pidió la colaboración, no remunerada, a las agencias de publicidad asociadas para la creación de esta campaña, siendo la elegida TBWA para desarrollar el trabajo. Asimismo, AUTOCONTROL cuenta con la colaboración desinteresada de Mediaplanning para la planificación de medios y de Arancha Cordero, Directora General de Unilever España, S.A. - Home & Personal Care, para su dirección.

El concepto de la campaña es que “toda aquella idea que no es ética, no es una buena idea”, llamando a los anunciantes y a los publicitarios a cumplir con la legislación en beneficio de los consumidores.

La campaña sólo cuenta con un presupuesto limitado para los gastos de producción que deberá afrontar TBWA, por lo que para su difusión se contará con la colaboración desinteresada de los medios de comunicación que son socios de AUTOCONTROL.

Varios medios han ofertado ya su disponibilidad en cooperar en este proyecto, a través de la difusión gratuita de la campaña en sus respectivos medios. El deseo de la Asociación es conseguir la máxima difusión posible que doten de notoriedad a Autocontrol y su sistema para fomentar la publicidad responsable. De este modo, se espera contar con espacios tanto en radio, como en prensa escrita, exterior, Internet y televisión.