

GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD

La gestión responsable de la publicidad del Grupo Mediaset es fundamental para la sostenibilidad del negocio.

NORMATIVA Y DISPOSICIONES DEONTOLÓGICAS APLICABLES

EUROPEA

Directiva (UE) 2010/13

Directiva (UE) 2018/1808 (pendiente transposición)

NACIONAL /AUTONÓMICA / LOCAL

Ley 34/1988 General de Publicidad

Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual

Ley 3/2013 Creación CNMC Vigilancia y sanción Criterios interpretativos

RD 1624/2011 Reglamento LGCA Modif RD 21/2014

RD 958/2020 Comunicaciones comerciales de las actividades de juego

Normativa Sectorial Específica Financiera, Medicamentos, etc

DEONTOLÓGICA

Código de conducta publicitaria de AUTOCONTROL*.

Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida a Niños. Código PAOS

Código de Conducta de Influencers en la Publicidad de AUTOCONTROL

Publicidad de las Actividades del Juego.

MARCO DE CONTROL

ADHESIÓN AL CÓDIGO DE CONDUCTA PUBLICITARIA DE AUTOCONTROL

Diseño de la política comercial atendiendo, principalmente, a la capacidad de inventario para emisión, las necesidades de los clientes, la evolución del propio mercado de la publicidad, el marco de actuación legal y las buenas prácticas recomendadas.

Revisión y monitorización semanal de la política comercial, por parte de la Dirección General y las Direcciones que controlan su ejecución.

Coordinación semanal por el Comité de Dirección de todas las iniciativas y posibles sinergias entre el área comercial y el área editorial.

Consulta deontológica a Autocontrol sobre cualquier duda relacionada con la regulación o autorregulación de la publicidad o con su interpretación.

Consulta a Autocontrol previa a la emisión de una pieza publicitaria sobre su corrección deontológica y legal.
El informe que emita Autocontrol (COPY ADVICE) es vinculante para la compañía.

Control posterior a la emisión de piezas publicitarias por parte de Autocontrol, ante el planteamiento de eventuales controversias o reclamaciones presentadas por cualquier consumidor con un interés legítimo, que estime que la misma es contraria al Código de Conducta Publicitaria.

La resolución que emita el jurado de la publicidad es de obligado cumplimiento para la compañía.

Procesos automáticos de control de los horarios de emisión de la publicidad de algunos sectores dirigidos a la protección de los menores.