

I. COMUNIDAD DE MADRID**D) Anuncios****Consejería de Economía, Empleo y Competitividad**

- 2** *CONVENIO de 15 de abril de 2020, entre la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), en materia de actividad publicitaria.*

En Madrid, a 15 de abril de 2020.

REUNIDOS

De una parte: Don Isaac Martín Barbero, en nombre y representación de la Comunidad de Madrid en su calidad de Viceconsejero de Economía y Competitividad, nombrado mediante Decreto 112/2019, de 27 de agosto (BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID n.º 204, de 28 de agosto), y en el ejercicio de las competencias recogidas en la Orden de 14 de septiembre de 2015, de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda, por la que se delega el ejercicio de determinadas competencias y se desconcentra el Protectorado de Fundaciones, en relación con el artículo 6 del Decreto 52/2019, de 19 de agosto, de la Presidenta de la Comunidad de Madrid, por el que se establece el número y denominación de las Consejerías de la Comunidad de Madrid; así como por la Ley 1/1983, de 13 de diciembre, de Gobierno y Administración de la Comunidad de Madrid y la Ley 8/1999, de 9 de abril, de adecuación de la normativa de la Comunidad de Madrid a la Ley estatal 4/1999, de 13 de enero, de modificación de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en la redacción dada por la Ley 1/2001, de 29 de marzo, sobre los órganos competentes para la suscripción de convenios, y el Decreto 48/2019, de 10 de junio, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la actividad convencional de la Comunidad de Madrid.

Y de otra: Don José Domingo Gómez Castallo, en representación de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), con CIF número G-81234247, con domicilio en la calle Príncipe de Vergara, número 109, 5.º y 6.º, de Madrid; que actúa de conformidad con las funciones propias de su cargo de Director General, adoptado por acuerdo de la Junta Directiva, conforme se acredita mediante escritura de elevación a público de acuerdos y otorgamiento de poderes, protocolizada ante el notario de Madrid don Juan José de Palacio Rodríguez, con el número 1.819, de 21 de junio de 2019.

Intervienen en nombre de los organismos o entidades que representan, que serán consideradas las Partes del convenio y se reconocen, mutua y respectivamente, la competencia y la capacidad jurídica suficiente para suscribir el presente convenio y a tal efecto,

EXPONEN

I. El artículo 27.10 de la Ley Orgánica 3/1983, de 25 de febrero, del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid, dispone que en el marco de la legislación básica del Estado y en los términos que la misma establezca, corresponde a la Comunidad de Madrid el desarrollo legislativo, la potestad reglamentaria y la ejecución de la defensa del consumidor y del usuario, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y la política monetaria del Estado en los términos de lo previsto en los artículos 38, 131 y en los números 11.º y 13.º del apartado 1 del artículo 149 de la Constitución.

II. Que la Comunidad de Madrid ejerce sus competencias en materia de protección al consumidor a través de la Dirección General de Comercio y Consumo, adscrita a la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad, en virtud de las atribuciones que en materia de consumo le confiere el Decreto 52/2019, de 19 de agosto, de la Presidenta de la Comunidad de Madrid, por el que se establece el número y denominación de las Consejerías de la Comunidad de Madrid y el Decreto 287/2019, de 12 de noviembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad.

Entre otras, se atribuyen las competencias de cooperación, coordinación y colaboración en materia de consumo con otras Administraciones Públicas y con entidades, corporaciones, organizaciones de consumidores y usuarios y con organizaciones empresariales, así como la inspección y control del mercado de bienes, productos y servicios de consumo.

III. Que la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, en su artículo 17, establece que la oferta, promoción y publicidad de los productos bienes y servicios, destinados a los consumidores, sean cuales sean los soportes utilizados, se realizarán de conformidad con los principios de suficiencia, objetividad y veracidad, en el marco de la legislación general sobre publicidad, de forma que no puedan engañar o inducir a engaño sobre sus características y condiciones de adquisición.

IV. Que a nivel europeo, estatal y autonómico, se viene observando una destacable evolución hacia esquemas de decidido fomento de los mecanismos de autorregulación y co-regulación, como complemento de los tradicionales instrumentos legales, administrativos y/o judiciales existentes en los Estados miembros de la Unión Europea, sin que suponga merma alguna en las capacidades de intervención disciplinaria de las administraciones públicas.

V. La autorregulación publicitaria es una importante vía —complementaria de la administrativa y judicial— para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad. El artículo 37 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal, reconoce y fomenta los códigos de conducta y los sistemas de autorregulación, determinando su publicidad y los requisitos que deben cumplir para ser reconocidos. A tal efecto, establece que dichos sistemas deberán contar con órganos y procedimientos independientes para la resolución de reclamaciones pudiendo desarrollar también medidas individuales o colectivas de autocontrol previo de los contenidos publicitarios.

VI. En España existe, desde 1996, una organización de autodisciplina publicitaria, denominada Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), entidad sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España. Tramita la resolución de las reclamaciones planteadas por sus asociados y terceros, conforme a sus estatutos, por la realización de publicidad presuntamente ilícita o desleal, así como el sistema de consulta previa —Copy Advice®— para las empresas anunciantes, agencias y medios.

Asimismo, AUTOCONTROL mantiene una colaboración activa con los poderes públicos para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige. Su objetivo es contribuir a que la publicidad difundida por todos los medios, incluido Internet, constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria, los derechos de los consumidores, así como la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales. Dicha asociación tiene como fines, entre otros, los siguientes:

- La elaboración de códigos de ética publicitaria.
- La resolución de las reclamaciones planteadas por la realización de publicidad presuntamente ilícita o desleal.
- La colaboración activa con los poderes públicos para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

VII. Para el adecuado cumplimiento de sus objetivos, AUTOCONTROL se dotó de un doble instrumento. De una parte, de un Código de Conducta Publicitaria basado en el “Código Internacional de Prácticas Publicitarias de la Cámara de Comercio Internacional (CCI)”. De otra parte, de un sistema extrajudicial de resolución de controversias en materia publicitaria, encargado de la aplicación del Código de Conducta Publicitaria, encarnado en el Jurado de la Publicidad.

El sistema de autorregulación encarnado en AUTOCONTROL ha alcanzado un alto nivel de eficacia en la resolución de controversias en materia publicitaria, gozando de un alto grado de credibilidad y autoridad técnica. Prueba de ello es el reconocimiento de que goza el sistema de resolución de controversias de AUTOCONTROL, que ha obtenido con fecha de 19 de noviembre de 2018 la acreditación como entidad de resolución alternativa de litigios (Alternative Dispute Resolution o ADR, en inglés), una vez demostrado el cumplimiento de los principios de independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia, rapidez y equidad, establecidos en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. Con este reconocimiento, el Jurado de AUTOCONTROL se ha convertido en la primera entidad privada que ha sido acreditada por la Dirección General de Consumo, dependiente del Ministerio de Consumo; pasando a formar parte del Listado unificado de entidades de resolución de litigios en materia de

consumo acreditadas, de la Comisión Europea; y de la Plataforma de resolución de litigios en línea, establecida por la Unión Europea.

La actividad del Jurado, desarrollada a través de un procedimiento reglado, se rige por los principios de independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia, rapidez y equidad, de conformidad con los criterios fijados en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.

Aparte de la labor del Jurado como órgano extrajudicial de resolución de controversias, desde el año 2001 AUTOCONTROL desarrolla un servicio de consulta previa o Copy Advice® en línea con otros sistemas de autorregulación de nuestro entorno europeo. El sistema de Copy Advice® permite al anunciantre o la agencia que lo deseé o a los medios de difusión, en relación con los anuncios que hayan recibido para su difusión, consultar al Gabinete Técnico de AUTOCONTROL acerca de la corrección legal y ética de un determinado proyecto de campaña antes de su difusión al público.

VIII. En atención a lo expuesto, y en línea con el principio de corregulación impulsado por la normativa europea, estatal y autonómica, las partes firmantes consideran que una mutua colaboración, sin menoscabo de las competencias y las funciones del organismo administrativo, contribuirá a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria para la que es competente a efectos de control, la Dirección General de Comercio y Consumo.

A tal efecto, las partes intervenientes reconocen la existencia de objetivos e intereses comunes en este sentido y en consecuencia, acuerdan suscribir este convenio, que se regirá por las siguientes:

CLÁUSULAS

Primerá

Objeto

El presente convenio tiene por objeto establecer un marco de cooperación mutua entre la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad de la Comunidad de Madrid, a través de la Dirección General de Comercio y Consumo, y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial —en lo sucesivo AUTOCONTROL—, que facilite y permita el seguimiento de la publicidad para la que es competente, a efectos de control, la Dirección General de Comercio y Consumo.

El convenio y las actuaciones que de él se deriven no pueden perjudicar ni menoscabar las competencias y funciones que corresponden a la Dirección General de Comercio y Consumo.

Segunda

Compromisos de las partes

La Dirección General de Comercio y Consumo, tanto con carácter previo a la iniciación de cualquier actuación administrativa o judicial en materia de comunicaciones comerciales, como durante su tramitación, podrá solicitar a AUTOCONTROL información acerca de si un determinado mensaje publicitario ha obtenido un informe positivo en el marco de un procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, así como si ha sido objeto de un procedimiento de resolución de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad u órgano equivalente.

En caso afirmativo de cualquiera de los dos supuestos señalados, AUTOCONTROL trasladará a la Dirección General de Comercio y Consumo, conforme se le indique y en cualquier caso en un plazo inferior a un mes, una copia de las correspondientes actuaciones.

La Dirección General de Comercio y Consumo, sin perjuicio de sus facultades inspectoras y sancionadoras, con carácter previo a la eventual iniciación de una actuación administrativa o judicial contra una determinada comunicación comercial contraria a la ética publicitaria, podrá instar la actuación de AUTOCONTROL, que la tramitará y resolverá conforme a los procedimientos establecidos en su Reglamento, que deberán ser respetuosos, entre otros, con el principio de contradicción. AUTOCONTROL dará traslado inmediato a la Dirección General de Comercio y Consumo del resultado de sus actuaciones. En cualquier momento la Dirección General de Comercio y Consumo podrá ejercer sus competencias inspectoras y sancionadoras.

En la tramitación de expedientes administrativos relacionados con anuncios concretos que se hubieran sometido a las decisiones de AUTOCONTROL, la Dirección General de Comercio y Consumo, podrá, salvo prueba en contrario, presumir que los responsables de esos anuncios actuaron de buena fe cuando se hubieran sujetado a esas decisiones.

AUTOCONTROL deberá informar regularmente a la Dirección General de Comercio y Consumo del resultado de la tramitación de las reclamaciones que se le presenten, en relación con los casos de publicidad para la que es competente a efectos de control, así como, con idéntico alcance, de cuantas resoluciones adopte el Jurado de la Publicidad u órgano equivalente.

AUTOCONTROL podrá comunicar o denunciar ante la Dirección General de Comercio y Consumo cualquier conducta ilícita que conozca en materia de consumo y en relación con la actividad publicitaria de las empresas. Dicha comunicación o denuncia podrá ser tramitada por la Dirección General de Comercio y Consumo en el marco de sus competencias.

Tercera

Cooperación mutua

AUTOCONTROL y la Dirección General de Comercio y Consumo, en el marco de sus funciones, podrán cooperar en la emisión de dictámenes, estudios y proyectos relacionados con los objetivos de la asociación en cuestiones que afecten a la autorregulación y el control deontológico de la actividad publicitaria.

Cuarta

Actividades de divulgación

Las partes podrán organizar y llevar a cabo, de común acuerdo, actividades conjuntas de divulgación, formación o estudio convenientes y relacionadas con la actividad publicitaria. Entre otras acciones, se podrán promover o realizar análisis y estudios sobre el cumplimiento de la normativa legal y deontológica en materia de publicidad en un contexto de defensa y protección de las personas, en su vertiente de consumidoras y usuarias y en materia de consumo.

Quinta

Financiación

Este convenio configura una actividad de colaboración que no genera obligaciones económicas para las partes.

Sexta

Régimen de modificación

El presente convenio podrá ser modificado, a instancia de cualquiera de las partes, por acuerdo unánime de los firmantes, de acuerdo con las previsiones del artículo 49.g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y su tramitación se efectuará de acuerdo con lo previsto en su artículo 50.

Séptima

Incumplimiento de los términos del convenio y otras causas de resolución

El incumplimiento de los compromisos adquiridos por cualquiera de las partes podrá dar lugar a la resolución del convenio. Para ello será preciso que, la parte que considere incumplido el convenio, dé cuenta de ello a la Comisión de Seguimiento y requiera a la parte que ha incumplido para que, en el plazo de quince días, subsane la situación. Si transcurrido el citado plazo, persistiese el incumplimiento, podrá proceder a la resolución del convenio.

Asimismo, serán causa de resolución del convenio las previstas en el artículo 51 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, así como la imposibilidad sobrevenida del cumplimiento del mismo.

Octava*Comisión de Seguimiento*

A efectos de seguimiento y control del presente convenio, las partes constituirán una Comisión de Seguimiento que se reunirá de forma periódica y estará formada por:

- a) Dos representantes de la Dirección General de Comercio y Consumo, uno de los cuales actuará como presidente.
- b) Dos representantes de AUTOCONTROL, uno de los cuales actuará como secretario.

Esta comisión conocerá de los problemas de interpretación y cumplimiento que pueda plantear el convenio. En particular, la Comisión de Seguimiento realizará las siguientes funciones:

- a) El seguimiento del desarrollo, ejecución y evaluación del presente convenio.
- b) La adopción de los acuerdos necesarios para la buena marcha del convenio y de los fines acordados.
- c) La resolución de cuantas cuestiones pudieran derivarse de la aplicación, interpretación y efectos, siempre y cuando no fuese necesaria la modificación de los acuerdos adoptados.

El régimen jurídico aplicable al funcionamiento de la Comisión de Seguimiento es el establecido para los órganos colegiados en los artículos 15 y siguientes de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Novena*Vigencia del convenio*

El presente convenio entrará en vigor el día que se complete su firma por ambas partes y tendrá validez durante un período de dos años, prorrogable por otros dos años por mutuo acuerdo de las partes, salvo denuncia expresa de cualquiera de las partes presentada con, al menos, quince días de antelación a la fecha prevista para su finalización.

Décima*Confidencialidad y protección de datos*

La documentación y la información confidencial que se desprenda o a la que tengan acceso las partes con ocasión de la aplicación del convenio, no podrá ser objeto de reproducción total o parcial por ningún medio o soporte ni, por tanto, se podrá hacer un tratamiento o edición informático, ni transmisión a terceras personas fuera del estricto ámbito de la ejecución del mismo.

En relación con los datos personales a los que tengan acceso con motivo de las actuaciones derivadas de este convenio, las partes firmantes garantizan que su tratamiento se efectuará de acuerdo con la legislación vigente sobre protección de datos de carácter personal, en particular con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016, y con la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, adoptando las medidas de seguridad técnicas y organizativas adecuadas para la protección de los datos personales legalmente establecidas.

Se prohíbe expresamente la comunicación o cesión de datos personales, ni siquiera para su conservación, a terceras personas.

El uso de los datos personales para una finalidad distinta convertirá a la parte que realice dicho uso en responsable de las posibles infracciones que se deriven de su uso incorrecto.

Ambas partes consienten que los datos personales del presente convenio se puedan incorporar a Actividades de Tratamiento de Datos Personales de titularidad de cada de ellas, con la única finalidad de proceder a la gestión adecuada de los mismos, para cuyo fin recabarán y aportaran las correspondientes autorizaciones de las personas concernidas. El ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, supresión, limitación, portabilidad, oposición y a no ser objeto de decisiones individuales automatizadas se podrá llevar a cabo en los términos legalmente establecidos.

Undécima*Transparencia*

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, la formalización del presente convenio será objeto de difusión electrónica a través de la página web institucional de la Comunidad de Madrid.

Asimismo, su contenido íntegro será publicado en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, en los términos del artículo 23.2 de la Ley 10/2019, de 10 de abril, de transparencia y de participación de la Comunidad de Madrid.

Duodécima*Régimen jurídico*

El presente convenio tiene naturaleza administrativa, según lo dispuesto en el artículo 47.1 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre. Se regirá por las estipulaciones en él contenidas y, en lo no previsto en estas, así como para la resolución de las dudas que puedan presentarse, por lo dispuesto en el título preliminar, capítulo VI, de la citada ley.

El contenido de este convenio no está comprendido en el régimen contractual regulado por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

Cualesquiera cuestiones que se susciten en cuanto a la aplicación, interpretación y efectos del presente convenio que no queden solventadas por la Comisión de Seguimiento prevista en la cláusula octava, serán resueltas por los órganos de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

Y siendo cuanto antecede fiel reflejo de la voluntad de las partes, firman de forma sucesiva el presente convenio, con los respectivos certificados electrónicos, considerándose firmado en Madrid, en la fecha en que se encuentre consignada la última firma de las partes.

Madrid, a 15 de abril de 2020.—El Consejero de Economía, Empleo y Competitividad, P. D. (Orden de 14 de septiembre de 2015), el Viceconsejero de Economía y Competitividad, Isaac Martín Barbero.—El Director General de la Asociación AUTOCONTROL, José Domingo Gómez Castallo.

(03/9.718/20)

