

I. COMUNIDAD DE MADRID

D) Anuncios

Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

- 19** *CONVENIO de 21 de septiembre de 2022, entre la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), en materia de actividad publicitaria.*

REUNIDOS

De una parte: Don Manuel Llamas Fraga, en nombre y representación de la Comunidad de Madrid en su calidad de Viceconsejero de Economía, nombrado mediante Decreto 127/2021, de 30 de junio (BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID n.º 155, de 1 de julio), por delegación del Consejero de Economía, Hacienda y Empleo, de acuerdo con lo previsto en la Orden de 3 de diciembre de 2021, de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo, por la que se delega el ejercicio de determinadas competencias y se desconcentra el Protectorado de Fundaciones; en relación con el artículo 5 del Decreto 42/2021, de 19 de junio, 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 con el artículo 4 del Decreto 88/2021, de 30 de junio, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica la estructura orgánica básica de las Consejerías 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 n.º G-81234247, con domicilio en la calle Príncipe de Vergara, 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 4.834, de 14 de junio de 2022.

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. Que 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.^a y 13.^a 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, Hacienda y Empleo, en virtud de las atribuciones que en materia de consumo le confiere el Decreto 234/2021, de 10 de noviembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo. En concreto, el apartado e) del artículo 23.2 le atribuye la inspección y el control del mercado de bienes, productos y servicios de consumo, la adopción de las medidas necesarias para la protección de los consumidores y el diseño y la ejecución de las campañas de control de mercado y de seguridad de productos de consumo, siempre que no esté atribuida a otros órganos.

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.

En el mismo sentido el artículo 61.2 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, establece que “El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicio, las condiciones jurídicas o económicas y garantías ofrecidas serán exigibles por los consumidores y usuarios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato”.

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 coregulación, 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. Que 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. Que, por otra parte, en España existe, desde 1995, una organización de autodisciplina publicitaria, denominada Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), miembro de la European Advertising Standards Alliance (EASA) y del International Council for Advertising Self Regulation (ICAS) —plataforma internacional que integra a 24 organismos de autorregulación publicitaria y a 6 asociaciones de la industria publicitaria—. Se trata de una asociación sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España y cuyo 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, a los derechos de las personas consumidoras, así como a la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales. Para ello, Autocontrol cuenta con diversas herramientas, entre otras: i) la elaboración de códigos de ética publicitaria; ii) la resolución de las reclamaciones planteadas contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal; iii) la revisión previa de campañas publicitarias (Copy Advice®), con el objeto de que estas se adecuen a la normativa vigente; iv) la colaboración activa con los poderes públicos, para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

Para la resolución de las reclamaciones planteadas contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal, Autocontrol cuenta con un organismo independiente: el Jurado de la Publicidad, que ha obtenido el reconocimiento público, por parte del Gobierno, como entidad de resolución alternativa de litigios (Alternative Dispute Resolution o ADR, en inglés), una vez acreditado el cumplimiento de los principios de independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia, rapidez y equidad, establecidos 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. Con este reconocimiento, de fecha 31 de octubre de 2018, el Jurado de Autocontrol ha pasado a formar parte del Listado unificado de entidades de resolución de litigios en materia de consumo acreditadas y de la Plataforma de resolución de litigios en línea, establecida por la Unión Europea.

VII. Que desde el año 2015, la Comunidad de Madrid y Autocontrol han venido colaborando, mediante la formalización de distintos convenios, con el objetivo común de garantizar los derechos de los consumidores y usuarios frente a la publicidad.

Es por ello que las Partes consideran que la relación de colaboración establecida desde entonces ha venido siendo muy satisfactoria, motivo por el cual acuerdan suscribir un nuevo convenio que sustituya al anterior, de conformidad con las siguientes

CLÁUSULAS

Primera

Objeto

El presente Convenio tiene por objeto establecer un marco de cooperación mutua entre la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo 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 que asume la Comunidad de Madrid, a través de la Dirección General de Comercio y Consumo, de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

1. Sin perjuicio ni menoscabo de sus competencias, y tanto con carácter previo a la iniciación de cualquier actuación administrativa o judicial en materia de comunicaciones comerciales, como durante su tramitación, la Dirección General de Comercio y Consumo podrá solicitar a Autocontrol información acerca de si una determinada comunicación comercial o 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.

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

2. Sin perjuicio ni menoscabo de sus competencias, la Dirección General de Comercio y Consumo podrá poner en conocimiento de Autocontrol una concreta comunicación comercial o mensaje publicitario, para que esta Asociación la tramite de oficio ante el Jurado de la Publicidad, conforme a sus procedimientos de autorregulación, 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.

No obstante, en cualquier momento la Dirección General de Comercio y Consumo podrá ejercer sus competencias inspectoras y sancionadoras.

3. En los procedimientos, relacionados con comunicaciones comerciales concretas que se hubieran sometido a las decisiones de Autocontrol, la Dirección General de Comercio y Consumo, sin quedar vinculada por dichas decisiones, podrá presumir, salvo prueba en contra, que los responsables de esas comunicaciones comerciales actuaron de buena fe, cuando se hubieran sometido a dichos informes.

4. La Dirección General de Comercio y Consumo podrá consultar a Autocontrol, en los términos legalmente previstos para el trámite administrativo de consulta previa en el procedimiento de elaboración de normas con rango de Ley y reglamentos, sobre aquellos proyectos normativos promovidos por la misma que afecten a la regulación de la actividad publicitaria.

Tercera

Compromisos que asume Autocontrol

1. En los casos en que la Dirección General de Comercio y Consumo solicite a Autocontrol información acerca de si una determinada comunicación comercial o mensaje publicitario ha obtenido un informe positivo, en el marco de un procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, o si ha sido objeto de un procedimiento de resolución de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad, Autocontrol procederá a trasladar a la Dirección General de Comercio y Consumo, en un plazo inferior a un mes, una copia de las correspondientes decisiones; las cuales, podrán ser incorporadas al expediente.

2. En los casos en los que la Dirección General de Comercio y Consumo, sin menoscabo alguno de sus competencias, decida instar a que el Jurado de la Publicidad actúe sobre una comunicación comercial o mensaje publicitario, conforme a los procedimientos establecidos en su Reglamento, Autocontrol dará traslado a la Dirección General de

Comercio y Consumo, del resultado de las actuaciones; las cuales, en su caso, podrán ser incorporadas al expediente. En concreto:

- 2.1. En los casos en los que el medio o anunciante reclamado haya aceptado la reclamación con compromiso de cese de la comunicación comercial o mensaje publicitario cuestionado, se informará por Autocontrol de dicha aceptación a la Dirección General de Comercio y Consumo.
- 2.2. En los casos en los que el medio o anunciante reclamado está sometido o se someta al Jurado de la Publicidad, una vez concluido el proceso, se informará de la resolución que el Jurado adopte a la Dirección General de Comercio y Consumo para su conocimiento.
- 2.3. En los casos en que el reclamado, no estando sometido al procedimiento ante el Jurado, rechace dicho procedimiento y, por tanto, este no haya podido cerrar de forma definitiva el caso emitiendo una resolución, el Jurado remitirá un Dictamen no vinculante en el que manifieste su opinión sobre la corrección de la comunicación comercial o mensaje publicitario reclamado.
3. 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 la Dirección General de Comercio y Consumo.
4. 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 será tramitada por la Dirección General de Comercio y Consumo, en el marco de sus competencias.

Cuarta

Cooperación mutua

Autocontrol y la Dirección General de Comercio y Consumo, en el marco de sus funciones, podrán cooperar en acciones formativas y/o de divulgación, la emisión de 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.

Quinta

Financiación

El presente 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 cuatro años, prorrogable por un período de hasta cuatro años adicionales por mutuo acuerdo de las partes, en los términos del artículo 49.h) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, salvo denuncia expresa de cualquiera de las partes presentada con, al menos, quince días de antelación a la fecha prevista para su finalización.

Décima*Protección de datos personales*

Las partes se comprometen a cumplir con la legislación vigente en materia de protección de datos y cada una de las partes asumirá la responsabilidad en que, por este concepto, pueda incurrir.

En particular, si la colaboración objeto del presente Convenio implicase el tratamiento de datos personales, las partes declaran expresamente que conocen y quedan obligadas a cumplir en su integridad el Reglamento (UE) 2016/679, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, y cualquier otra normativa que pueda sustituir, modificar o complementar a la mencionada en materia de protección de datos de carácter personal durante la vigencia del presente Convenio.

Especialmente, las partes se comprometen al cumplimiento de las obligaciones relacionadas con el deber de información a los titulares de los datos personales, con el deber de confidencialidad, con las medidas de seguridad, y con la notificación de brechas de seguridad que pudieran producirse, así como al cumplimiento de las que se contengan en el correspondiente acuerdo de encargo de tratamiento a firmar entre el Responsable del Tratamiento y el encargado del mismo, si lo hubiera.

Estas obligaciones deberán ser conocidas por todos aquellos que pudieran participar en las actuaciones derivadas del presente Convenio, comprometiéndose las partes a informar a los mismos.

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 séptima, 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, a 21 de septiembre de 2022.—El Consejero de Economía, Hacienda y Empleo, P. D. (Orden de 3 de diciembre de 2021), el Viceconsejero de Economía, Manuel Llamas Fraga.—El Director General de la Asociación Autocontrol, José Domingo Gómez Castallo.

(03/18.383/22)

