



# Política de Publicidad Responsable





## Política de Publicidad Responsable

---

- I. Introducción
- II. Objetivos de la Política de Publicidad Responsable
- III. Principios y líneas de actuación

### I.-Introducción

**Atresmedia Publicidad** es la comercializadora multimedia de los espacios publicitarios del Grupo Atresmedia. Nacida en 2005, es la mayor exclusivista de España, por volumen de inversión publicitaria y comercializa los soportes más importantes del mercado español en Televisión, Radio e Internet.

Consciente del impacto que las comunicaciones comerciales tienen en la sociedad y, por tanto, de la responsabilidad social que supone su actividad, Atresmedia Publicidad mantiene, desde su nacimiento, unos sólidos principios éticos de trabajo que van más allá del estricto cumplimiento de las normativas que regulan la publicidad en España y que garantizan a anunciantes, agencias de medios y a la sociedad, un entorno seguro, controlado y de bajo riesgo, que protege a las audiencias más vulnerables y fomenta el consumo responsable de los productos y servicios anunciados.

Por ello, Atresmedia Publicidad ha adquirido el compromiso de ofrecer una publicidad apta para todos los públicos y de velar por unos contenidos publicitarios que generen confianza y mantengan de forma clara los valores fundamentales de veracidad, honestidad, credibilidad y respeto por los derechos humanos.

Atresmedia Publicidad pone también una especial atención en el entorno digital, para garantizar que éste ofrezca también una publicidad responsable, sostenible y adaptada a las normas publicitarias.

### II.- Objetivo de la Política de Publicidad Responsable

El objetivo de la presente Política de Publicidad Responsable es informar de manera clara y transparente, sobre los compromisos, líneas de actuación, valores y principios que guían la estrategia de Atresmedia Publicidad, así como la de las sociedades filiales H2H, Smartclip y Diario Motor, con el fin de generar confianza y aportar valor a sus grupos de interés.

Estos compromisos son los siguientes:

- Promover la calidad, la transparencia y la innovación en las comunicaciones comerciales.
- Impulsar la autorregulación del sector para establecer un marco ético y veraz.
- Velar por el respeto a los derechos humanos, protegiendo especialmente a las audiencias más vulnerables.
- Fomentar la sostenibilidad de la industria publicitaria y el compromiso social de los anunciantes.

**La presente política actualiza la política de Publicidad Responsable del Grupo formulada por primera vez en 2010 y revisada en 2019. Y completa la Política General de Responsabilidad Corporativa de Atresmedia, aprobada por el Consejo de Administración el día 23 de octubre de 2019.**



### III.- Principios y líneas de actuación

#### 1. Promover la calidad, la transparencia y la innovación en las comunicaciones comerciales

- En Atresmedia Publicidad permanecemos fieles a nuestra vocación de servicio y a nuestro compromiso de ofrecer una oferta comercial versátil y de calidad que maximice el retorno de la inversión publicitaria de nuestros clientes y garantice un entorno seguro para las marcas (Brand Safety). Para ello llevamos a cabo una exhaustiva labor de investigación que nos permite mejorar nuestros productos tradicionales y ofrecer también nuevas fórmulas publicitarias creativas y formatos innovadores y de gran eficacia publicitaria.
- Fomentamos una relación con anunciantes y agencias basadas en los principios de honestidad y transparencia. Por ello, nuestra oferta comercial, se encuentra publicada de forma transparente y accesible en nuestra web <https://www.atresmediapublicidad.com/>. Además disponemos de otros canales de comunicación como newsletters, redes sociales, canal de Whatsapp o portal del cliente, con información relevante sobre nuestra actividad y las novedades más significativas del sector.
- Ofrecemos a nuestros anunciantes información veraz y contrastada sobre el impacto de sus campañas y comunicaciones comerciales. Por ello acudimos a terceros para obtener datos y métricas de audiencia y de mercado rigurosos e independientes.
- Trabajamos por una gestión publicitaria eficaz y sostenible. Para ello, mantenemos un desarrollo constante de nuevas tecnologías que tengan como resultado procesos más eficaces, eficientes y respetuosos con el medio ambiente.

#### 2. Impulsar la autorregulación del sector para establecer un marco ético y veraz

- Cumplimos con la legislación vigente a nivel nacional e internacional en materia de comunicaciones publicitarias o comerciales. Las prácticas publicitarias de Atresmedia cumplen con los requisitos recogidos en la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.
- En cuanto a la difusión de contenido publicitario de sustancias y conductas nocivas para la salud como el alcohol, el tabaco o el juego, actuamos conforme a sus respectivas regulaciones y específicamente la Directiva de la Publicidad del Tabaco (2003/33/EC) y la Directiva 2019/13/UE que prohíben toda forma de publicidad de productos del tabaco tanto en radio como en el resto de los medios audiovisuales.
- Respecto a las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas y del juego velamos porque estén encaminadas a un consumo responsable y garantizamos que en ningún caso estén dirigidas a menores o grupos vulnerables.
- No publicitamos el uso de armas ni aceptamos patrocinios de empresas armamentísticas.



- Para mejorar el cumplimiento de la normativa publicitaria y con el fin de mantener el rigor y la ética en las comunicaciones comerciales somos miembro activo y parte del grupo fundador de Autocontrol (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial) y nos comprometemos a cumplir su Código de Conducta Publicitaria, basado en el Código de Prácticas Publicitarias de la International Chamber of Commerce.
- Suscribimos voluntariamente diversos códigos de autorregulación sectoriales y asumimos la responsabilidad de que la publicidad emitida cumpla sus principios contando para ello con estrictos procedimientos internos de control. Nos hemos adscrito específicamente a los siguientes códigos de autorregulación:
  - Código de Conducta de Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria (2021).
  - Código sobre el Uso de Influencers en la Publicidad (2021).
  - Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades del Juego (2012).
  - Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos Dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y a la Salud (PAOS) (2010).
  - Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes (modificado en 2010).
  - Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España (2009).
  - Código de Autorregulación del Vino (2009).
  - Código de Autorregulación SMS (2009).
  - Código de Autorregulación de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE) (2006)

- Destinamos los recursos necesarios, tanto humanos como tecnológicos, para minimizar los riesgos asociados a los incumplimientos en la materia y para garantizar que las campañas son honestas, veraces y cumplen con la ley. Entre ellos disponemos de sistemas y procedimientos que permiten reducir al máximo el riesgo de emisión de una campaña no adecuada y trabajamos con los anunciantes para que las comunicaciones comerciales reflejen la realidad de sus productos, con el objetivo de asegurar la transparencia y dotar a los consumidores de la información necesaria para tomar decisiones conscientes sobre sus hábitos de consumo.

### **3. Velar por el respeto a los derechos humanos, protegiendo especialmente a las audiencias más vulnerables**

- Velamos porque los contenidos publicitarios respeten rigurosamente los derechos humanos, prestando especial atención a que no exista incitación a la violencia, discriminación en ninguna de sus manifestaciones, ni se fomenten conductas que atenten contra la dignidad humana.
- Rechazamos firmemente aquellas campañas publicitarias de dudoso respeto de los derechos humanos, y especialmente a aquellas que puedan atentar contra la dignidad de la mujer, los menores o cualquier grupo minoritario vulnerable que requiera de especial atención.



- Trabajamos para ofrecer una publicidad apta para todos los públicos, protegiendo de manera especial al público infantil. Disponemos de diferentes herramientas de control que impiden la planificación de contenidos no adecuados para la emisión en horario infantil.
- Todos los contenidos de los anunciantes dirigidos al público infantil son enviados a Autocontrol para su supervisión y obtención del copy advice. Además, el resto de los contenidos de los anunciantes de sectores sensibles para el público infantil también pasan por la supervisión de Autocontrol.
- Impulsamos la accesibilidad de nuestras comunicaciones comerciales con el fin de que todas las personas, independientemente de sus capacidades visuales o auditivas, puedan ejercer su derecho a la información.

#### **4. Fomentar la sostenibilidad y el compromiso social de los anunciantes**

- Promovemos una industria publicitaria responsable y consciente del impacto social de sus decisiones de inversión. Por ello formamos parte activa de diferentes foros, entidades nacionales e internacionales como el Observatorio de Medios o el Responsible Media Forum que buscan generar alianzas para fortalecer la responsabilidad y la transparencia de los medios de comunicación, y trabajar por una publicidad responsable.
- Trabajamos por impulsar una industria publicitaria baja en carbono. Por ello, investigamos nuevas formas de medir y reducir el impacto ambiental de la difusión de los contenidos publicitarios.
- Mostramos el compromiso ambiental de nuestros anunciantes de una manera responsable. Alentamos a nuestros anunciantes a no incurrir en prácticas de greenwashing y a mostrar sus compromisos ambientales bajo los parámetros de precisión, rigurosidad y transparencia.
- Nos comprometemos firmemente a tener activa una cartera de productos que ofrezcan a nuestros clientes la posibilidad de unirse a acciones con fines sociales y ambientales, alineados a sus estrategias de sostenibilidad y responsabilidad corporativa.
- Con el fin de colaborar y dar visibilidad a la labor de ONG y entidades sociales, cedemos espacios publicitarios gratuitos en todos nuestros soportes y difundimos de manera altruista campañas de sensibilización para movilizar a la sociedad y recaudar fondos, en el caso de catástrofes humanitarias o acontecimientos de especial relevancia social nacional e internacional.
- Apoyamos aquellas campañas publicitarias que fomentan los valores de la diversidad, la equidad y la inclusión, que fomentan hábitos saludables

**Diciembre 2024**

**José Miguel García-Gasco**

**Director General**

**ATRESMEDIA PUBLICIDAD**