

Política de Publicidad Responsable



I.- Introducción

Atresmedia Publicidad es la comercializadora de los espacios publicitarios del **Grupo Atresmedia**. 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, centrales de medios y a la audiencia, un entorno seguro, controlado y de bajo riesgo.

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

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

Además, **Atresmedia Publicidad** se esfuerza cada día por ofrecer a anunciantes, agencias y centrales de medios un servicio innovador y una oferta comercial renovada y multimedia que cubra de manera satisfactoria sus necesidades y les permita llegar a sus públicos objetivos a través de todos los medios del Grupo.

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 el enfoque de **Atresmedia Publicidad** respecto a los valores que guían su estrategia de publicidad responsable con el fin de generar confianza y aportar valor a nuestros grupos de interés.

Específicamente, la Política de Publicidad Responsable describe los compromisos adquiridos por el Grupo, así como las líneas de actuación y principios que se aplican para desarrollar adecuadamente cada uno de ellos.

Estos compromisos son los siguientes:

1. Promover la calidad, la eficacia y la innovación en las comunicaciones comerciales.
2. Impulsar la autorregulación del sector para establecer un marco ético y veraz.
3. Velar por el respeto a los derechos humanos, protegiendo especialmente a los menores.
4. Fomentar el compromiso social propio y el de los anunciantes.

La presente política actualiza la primera política de Publicidad Responsable del Grupo formulada en 2010 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

Para poder desarrollar de forma adecuada los compromisos que **Atresmedia Publicidad** se ha marcado, siempre desde el más estricto cumplimiento de la legalidad y de las normas aplicables, establecemos los siguientes principios y líneas de actuación.

1. Promover la calidad, la eficacia 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 de calidad y versátil que maximice 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.
- Nos adaptamos a los cambios del mercado, renovando cada trimestre nuestra oferta comercial y publicándola según los criterios y tiempos que establecidos de mutuo acuerdo con la Asociación Española de Anunciantes.
- Fomentamos una relación con anunciantes, agencias y centrales 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 numerosos canales de comunicación como newsletters o el portal del cliente con información relevante sobre nuestra actividad y las novedades relevantes del sector.
- Trabajamos por una mejor gestión publicitaria. Para ello, mantenemos un desarrollo constante de nuevas tecnologías que tengan como resultado procesos más eficaces, eficientes y de mayor respeto al medio ambiente.

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

Con el fin de mantener el rigor y la ética en las comunicaciones comerciales **Atresmedia Televisión** es miembro activo y parte del grupo fundador de Autocontrol (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial) que trabaja para mejorar el cumplimiento de la normativa publicitaria. Al mismo tiempo se compromete a cumplir su Código de Conducta Publicitaria, basado en el Código de Prácticas Publicitarias de la *International Chamber of Commerce*.

Además, el Grupo suscribe de forma totalmente voluntaria diversos códigos de autorregulación sectoriales, y específicamente los siguientes:

- 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 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)

Con el fin de ajustarse a la legislación nacional e internacional en el ámbito publicitario, y de cumplir con los requisitos establecidos en los códigos de autorregulación, **Atresmedia Publicidad** incorpora de forma voluntaria a su actividad los siguientes principios:

- Cumplir con la legislación vigente a nivel nacional e internacional en materia de comunicaciones publicitarias o comerciales. Las prácticas publicitarias de la compañía cumplen con los requisitos recogidos en la Ley 7/2010 de 31 de marzo General de la Comunicación Audiovisual.
- Asumir la responsabilidad de que la publicidad emitida cumpla los principios de los códigos de autorregulación a los que se adhiere voluntariamente, contando para ellos con estrictos procedimientos internos para su control.
- Destinar los recursos necesarios, tanto humanos como tecnológicos, para minimizar los riesgos asociados a los incumplimientos en la materia y así:
 1. Implantar nuevos sistemas y procedimientos de control de calidad que permitan mitigar y reducir al 100% el riesgo de emisión de una campaña no adecuada o con *copy advice* (sello de control de calidad emitido por Autocontrol) negativo.
 2. Controlar los contenidos de las comunicaciones comerciales, para garantizar que las campañas son honestas, veraces y cumplen con la ley y los códigos deontológicos a los que **Atresmedia Publicidad** está adherido.
 3. En caso de duda sobre la veracidad de una comunicación comercial, solicitar a los anunciantes información adicional de comprobación.
 4. Solicitar *Copy Advice* a Autocontrol como herramienta que garantiza que las comunicaciones comerciales cumplen con las normas legales y éticas que ordenan la actividad publicitaria y especialmente de aquellas comunicaciones con contenido considerado como sensible o dirigidos a públicos que requieren especial protección, como el infantil.
 5. Dialogar de forma fluida con la Administración, con Autocontrol y con los organismos competentes en materia de publicidad.



6. Participar activamente en foros del sector que trabajen por una publicidad responsable.
7. En el caso de que se produjeran, a pesar de los mecanismos de control puestos en marcha, asumir la responsabilidad de las sanciones que puedan derivarse del incumplimiento de la normativa estatal o de los códigos de autorregulación en las comunicaciones comerciales emitidas.

3. Velar por el respeto a los derechos humanos, protegiendo especialmente a los menores

- **Atresmedia Publicidad** vela 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. La compañía rechaza 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.
- **Atresmedia Publicidad** trabaja para ofrecer una publicidad apta para todos los públicos, protegiendo de manera especial al público infantil. Por ello, el Grupo apuesta por ampliar el horario de protección reforzada en **Neox**, canal en el que se emite la franja de programación infantil **Neox Kidz**. Además, en el vertical infantil **Neox Kidz**, los anunciantes disponen de un entorno multiplataforma con contenidos específicos para niños de 0 a 11 años, en el que pueden insertar los mensajes publicitarios aptos para ellos.
- En el caso del **canal Atreseries**, también existen limitaciones específicas para la emisión de publicidad considerada no adecuada para menores, en determinadas franjas horarias. Así, se amplían las franjas de protección reforzada establecidas por la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual configurando las mismas de conformidad con el siguiente horario:
 - De lunes a viernes: de 7:00 a 10:00, de 16:00 a 20:00, de 21:30 a 23:00 en aquellos programas seriados en los que la audiencia de niños de 4 a 12 años se estime que, conforme a histórico de audiencia previo del programa, pueda pesar más de un 50% del total.
 - Fines de semana y festivos: de 7:00 a 12:00 y en todos aquellos programas seriados en franjas en las que la audiencia de niños de 4 a 12 años se estime que, conforme a histórico de audiencia previa del programa, pueda pesar más de un 50% del total.
- 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.



- En el caso de que dichos contenidos no sean adecuados para la emisión en horario infantil, **Atresmedia Publicidad** dispone de diferentes herramientas de control que impiden su planificación en un horario no permitido.

4. Fomentar el compromiso social propio y el de los anunciantes

En **Atresmedia Publicidad** compartimos el propósito corporativo de **Atresmedia**: creemos en el poder de la reflexión y la emoción. Por ello trabajamos por una publicidad que aporte valor a la sociedad y que contribuya a su sensibilización y concienciación.

- 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 alineados a sus estrategias de responsabilidad corporativa.
- 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.
- Con el fin de colaborar con la difusión de mensajes de carácter social, nos comprometemos a la cesión de espacios publicitarios gratuitos en todos nuestros soportes, para entidades sin ánimo de lucro que cumplan con los requisitos establecidos en nuestro procedimiento de emisión de espacio sin coste.

23 Octubre 2019



ANEXOS

A continuación se incluyen los enlaces a páginas o documentos relacionados con el ámbito de la publicidad que son de aplicación a **Atresmedia** o que la Compañía se ha comprometido voluntariamente a aplicar:

- [Código de la *International Commerce Chamber* de Prácticas Publicitarias](#)
- [Código FEBE de Autorregulación Publicitaria](#)
- [Código PAOS](#)
- [Ley General de la Publicidad](#)
- [Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial](#)