

INFORME DE ACTIVIDAD

PUBLICIDAD DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTICIÓN
(AESAN)

2021



El presente informe refleja la actividad desarrollada por AUTOCONTROL en relación con la publicidad en general, y con la de alimentos y bebidas, en particular. En el informe se incluye la actividad realizada a través de los mecanismos de resolución extrajudicial de controversias (Jurado de la Publicidad) y de consulta previa (Copy Advice®).

Se muestra la parte que examina la actividad desarrollada en aplicación del Código PAOS a lo largo de todo el año 2021.

1

RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE RECLAMACIONES

1.1. CASOS RESUELTOS DE RECLAMACIONES

REFERIDAS A ANUNCIOS A LOS QUE RESULTA APLICABLE EL CÓDIGO PAOS

	2020	2021
Nº total de casos resueltos*	1	0

* Cuando se plantean varias reclamaciones contra un mismo anuncio por el/los mismo/s motivo/s, dichas reclamaciones son “acumuladas” y resueltas conjuntamente a través de una sola resolución del Jurado (o en su caso, a través de un único Acuerdo de mediación entre todas las partes), por lo que constituyen un único caso.

2

ASESORAMIENTOS Y CONSULTA PREVIA (COPY ADVICE®)

2.1. SOLICITUDES DE CONSULTA PREVIA (COPY ADVICE®) SOBRE PROYECTOS DE ANUNCIOS EN LOS QUE RESULTA APLICABLE EL CÓDIGO PAOS

	2020	2021
Nº total de Copy Advice®	740	634

2.2. RESULTADOS DE LOS COPY ADVICE® SOLICITADOS

	2020	2021
Positivos	617	513
> No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio	83,38%	80,91%
Con modificaciones	123	116
> Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio	16,62%	18,30%
Negativos	0	5
> Se ha desaconsejado la difusión del anuncio	0%	0,79%

2.3. CLASIFICACIÓN DE LOS COPY ADVICE® EN FUNCIÓN DEL MEDIO DE DIFUSIÓN DEL ANUNCIO

		2021
Televisión		406
Internet	Sitios web	21
	Publicidad en redes sociales	138
	Publicidad display (banners, pop-ups...)	9
	Publicidad por correo electrónico	1
	Vídeos	13
Publicidad en punto de venta		46
Publicidad dinámica		0
Radio		0
Publicidad exterior		0

2.4. MOTIVOS POR LOS QUE, ANTES DE SU EMISIÓN, SE HAN RECOMENDADO MODIFICACIONES EN LOS PROYECTOS DE ANUNCIOS DE ALIMENTOS DIRIGIDOS AL PÚBLICO INFANTIL, O SE HA DESACONSEJADO SU EMISIÓN

		2021
Infracción principio de legalidad		36
Veracidad	Presentaciones sonoras, visuales, etc. que pueden inducir a error sobre las características del producto	19
	Inducción a error sobre los beneficios derivados del producto	0
	Sugerencia de que el producto anunciado tienen características particulares cuando todos los productos similares poseen dichas características	0
	Explotación de la imaginación del menor	2
	Ausencia de información adicional necesaria	0
	Indicaciones en sobreimpresiones ilegibles o incomprensibles para el público infantil	2
	Infracción del principio de veracidad: otros	0

Presentaciones que pueden asustar a los niños. Descripciones de violencia gratuita o presentaciones excesivamente agresivas		0
Presión de ventas	Llamamiento directo a la adquisición del producto, o incitación a que persuadan a padres, tutores, etc.	12
	Apremiar a la obtención del producto, crear sensación de inmediatez o exclusividad, etc.	0
	Crear la impresión de que la compra o consumo del producto da mayor aceptación entre amigos y compañero, etc. o viceversa	0
	Uso de reduccionismos relativos al precio del producto	0
	Presión de ventas: otros	0
Infracción de las restricciones al uso de personajes famosos		19
Identificabilidad inequívoca de la publicidad		0
Prohibición de telepromoción en programas dirigidos a menores de 12 años		0
Promociones	Obligación de mostrar claramente el producto principal	5
	Obligación de expresar con sencillez y claridad las condiciones esenciales de las ofertas promocionales	39
	Sorteos publicitarios: expectativas irreales sobre posibilidad de ganar o error sobre premio a obtener	1
	Normas sobre alusión publicitaria a clubes infantiles	0
Situaciones inseguras o actos	Fomento de uso peligroso del producto	0
	Presentación de adultos o niños en situaciones inseguras	0
Educación nutricional	Incitar o presentar situaciones de consumo inmoderado, hábitos sedentarios, etc.	8
	Presentar el producto anunciado como sustitutivo de comidas principales	0
	Minusvalorar hábitos vida saludable	0
Presentación en web de contenidos que produzcan perjuicio mental, moral o físico		0
Prohibición de inserción de mensajes publicitarios inapropiados		0
Otros		0

* Un mismo Copy Advice® puede tener varios motivos por los que antes de su emisión se han recomendado modificaciones o se ha desaconsejado la emisión de proyectos de anuncios.

3

CONSULTAS LEGALES ATENDIDAS

3.1. CONSULTAS LEGALES ATENDIDAS RELACIONADAS CON EL CÓDIGO PAOS

	2021
Nº total de consultas legales o deontológicas atendidas relacionadas con el Código PAOS	71