



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/15638

12/06/2020

38336

**AUTOR/A:** CASTILLO LÓPEZ, Elena (GP); PASTOR JULIÁN, Ana María (GP); RIOLOBOS REGADERA, María Carmen (GP); ECHÁNIZ SALGADO, José Ignacio (GP)

#### RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada, se señala que la Ley 17/2011, de 5 de julio, de Seguridad Alimentaria y Nutrición, establece que las medidas de regulación de la publicidad sean acordadas voluntariamente con la industria alimentaria. Con base en dicha Ley, en la que se sustenta el sistema de autocontrol de la publicidad de alimentos y bebidas, se está trabajando en reforzar las normas que rigen en la actualidad del Código PAOS de coregulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores para ser mucho más exigentes y, así, proteger más al menor frente a la publicidad infantil.

El refuerzo del Código PAOS, en el que actualmente se está trabajando, consiste entre otras medidas en el establecimiento de criterios de calidad nutricional aplicable a los alimentos y bebidas objeto de publicidad, así como el incremento de 12 a 15 años del grupo de edad en televisión. También la prohibición de participación de celebridades y utilización de personajes animados en estos espacios comerciales, ampliándose el ámbito a las salas cinematográficas.

La Ley 17/2011, de Seguridad Alimentaria y Nutrición, establece que las medidas de regulación de la publicidad sean acordadas voluntariamente con la industria alimentaria, por lo tanto, el nuevo Código PAOS será consensuado con el sector. El nuevo texto se acordará en el seno de la Comisión de Seguimiento del Código PAOS, presidida por AESAN y de la que forman parte, además, un representante del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), un representante de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (dicho representante proviene actualmente de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia CNMC), tres representantes del Consejo de Consumidores y Usuarios, un representante de la Asociación Española de Anunciantes, tres representantes de Federación Española de la Industria de la Alimentación y Bebidas (FIAB), un representante del sector de la distribución comercial, un representante del sector de la hostelería y la restauración



moderna y un representante de AUTOCONTROL que ejerce la secretaría de la Comisión.

No obstante, de acuerdo con el artículo 46 de la citada Ley, si no se consigue llegar a acuerdos de coregulación sobre el código de conducta, podrían establecerse por vía reglamentaria normas que regulen tales comunicaciones comerciales para garantizar la protección de la infancia y la juventud, así como los medios para hacerlas efectivas.

Respecto a los plazos de puesta en marcha de las medidas, y como ya se ha indicado anteriormente, se sigue trabajando en alcanzar un acuerdo. El tiempo necesario para la entrada en vigor dependerá de que sea posible el acuerdo o, en su caso, de la elaboración y tramitación de una norma reguladora de la publicidad infantil.

Madrid, 10 de septiembre de 2020

