

44 compañías se adhieren al Código PAOS de autorregulación de la publicidad de alimentación y bebidas

- **44 empresas de la industria de alimentación y bebidas, la restauración y la distribución han firmado hoy ante representantes del Ministerio de Sanidad y la AESAN su adhesión a este código de autorregulación de la publicidad infantil para una comunicación responsable.**
- **Con el nuevo Código PAOS se refuerza un modelo pionero en la Unión Europea y se consolida el compromiso público-privado que ya firmó FIAB en 2005 para autorregular la publicidad de alimentos y bebidas a menores, y que se amplía a la publicidad en Internet dirigida a menores de 15 años.**
- **La suma de esfuerzos impulsa el fomento de estilos de vida saludables y la calidad y transparencia de la publicidad al consumidor.**

Madrid, 21 de octubre de 2013.- 44 empresas de la industria de alimentación y bebidas, el sector de la restauración y la distribución han firmado hoy su adhesión al nuevo Código PAOS de autorregulación de la publicidad de alimentos y bebidas a menores.

El acto ha sido presidido por la Ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Ana Mato, y la Presidenta de la AESAN, Pilar Farjas, y ha contado con la participación de los máximos responsables de las compañías firmantes, así como representantes de las organizaciones ya suscritas al Código FIAB, FEHR, FEHRCAREM, ANGED, ASEDAS y ACES, y la Asociación para la Autorregulación de la Publicidad Autocontrol, que vela por el cumplimiento y correcta aplicación del Código. De este modo, se ratifica el compromiso que los sectores vienen demostrando en la lucha contra la obesidad infantil y la promoción de estilos de vida saludables.

En 2005 el Ministerio de Sanidad, la AESAN y la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) dentro de la naciente Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad) firmaron un primer Código de Autorregulación que establecía las reglas que rigen el desarrollo, ejecución y difusión de los mensajes publicitarios dirigidos a menores.

Los resultados obtenidos a lo largo de los años transcurridos corroboran la eficacia de la autorregulación, al constatarse un avance satisfactorio en la mejora de los mensajes publicitarios emitidos a la población

infantil española, un segmento de la sociedad que merece una especial atención en nuestro país.

En diciembre de 2012, el Ministerio de Sanidad y los sectores participantes suscribieron el nuevo Código PAOS, ampliando su aplicación a otros sectores económicos como la restauración y la distribución, lo que supuso la unión de estos sectores a esta causa.

El nuevo Código conlleva importantes avances al extender su campo de aplicación a Internet teniendo en cuenta el creciente uso de este medio de comunicación entre el segmento de población infantil y juvenil. Su aplicación a menores de 15 años es efectiva desde junio de 2013; y con ello se pone en marcha una iniciativa única a nivel europeo.

Al desarrollo inicial de este código se han adherido hoy 32 compañías del sector de alimentación y bebidas, 4 de la restauración y 8 de la distribución (se adjunta listado). La puesta en marcha de este acuerdo permitirá la incorporación de nuevas empresas de todos los sectores participantes en el Código PAOS.

Según el presidente de FIAB, Pedro Astals, *“El Código PAOS se ha revelado, siendo su ampliación a internet única a nivel europeo, como un instrumento útil y muy bien valorado tanto por organismos nacionales como internacionales. De este modo, las adhesiones de hoy permiten asegurar que los mensajes publicitarios que se emiten a la población infantil son serios y responsables”*.

Para José María Rubio, presidente de FEHR, “es un ejemplo más de los esfuerzos que en materia de autorregulación y responsabilidad social hace la hostelería española. En este caso, el papel de las organizaciones es fundamental como articulador de un sector de micropymes con 300.000 empresas”.

Por su parte, las tres organizaciones del sector de la distribución ANGED, ASEDAS, ACES, creen que *“la adhesión a este Código refuerza el compromiso social de las empresas, contribuye a mejorar la relación con los consumidores y, sobre todo, garantiza la protección del público infantil. La autorregulación es el camino más efectivo para mejorar la comunicación publicitaria de las empresas hacia el público infantil y juvenil.”*

Para más información:

FIAB

Clara Pi, Directora de Comunicación
Ana Torres, Dpto. de Comunicación
comunicacion@fiab.es
Telf.: 91 411 72 11

Agencia Comunicación FIAB

Juan Ignacio Moreno
juan.moreno@hkstrategies.com
Fátima Escudero
fatima.escudero@hkstrategies.com
Telf: 91 435 11 22

FEHR

María Durán
mduran@fehr.es
Telf: 91 352 91 56

FEHRCAREM

Alexandro Ruiz
info@fehrcarem.es
Telf: 91 02 00 115

ANGED

David Gracia Josa
David.gracia@anged.es
Telf: 91 522 30 04

ASEDAS

María Martínez-Herrera
mariamh@asedas.org
Telf: 91 429 89 56

ACES

Ximena Zambrano
xzambrano@offoncomunicacion.com
Telf: 91 444 12 80

ACTO DE ADHESIÓN DE EMPRESAS AL CÓDIGO PAOS. LISTADO DE EMPRESAS FIRMANTES

INDUSTRIA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| 1. AB AZUCARERA IBERIA, S.L.U. | 17. GRUPO LECHE PASCUAL |
| 2. APERITIVOS Y EXTRUSIONADOS | 18. HERO ESPAÑA |
| 3. CAMPOFRÍO FOOD GROUP | 19. IBERSNACKS |
| 4. CAPSA | 20. KELLOGG'S |
| 5. CASA TARADELLAS | 21. LACTALIS |
| 6. COCA-COLA | 22. MONDELEZ INTERNACIONAL |
| 7. COVAP | 23. NESTLÉ |
| 8. DANONE | 24. NUTREXPA |
| 9. EL POZO ALIMENTACIÓN | 25. ORANGINA SCHWEPES |
| 10. FERRERO | 26. PANRICO SAU |
| 11. FRITZ RAVICH | 27. PEPSICO |
| 12. GALLETAS GULLÓN | 28. PESCANOVA |
| 13. GALLINA BLANCA STAR | 29. QUESERÍAS MONTESINOS |
| 14. GREFUSA | 30. UNILEVER |
| 15. GRUPO BIMBO | 31. WRIGLEY |
| 16. GRUPO CALVO | 32. RISI SA |

RESTAURACIÓN

- 33. GRUPO AUTOGRILL
- 34. TELEPIZZA
- 35. MCDONALD'S
- 36. THE EAT OUT GROUP

DISTRIBUCIÓN

- 37. EROSKI
- 38. SABECO (SIMPLY)
- 39. EL CORTE INGLÉS
- 40. LIDL
- 41. DÍA
- 42. MERCADONA
- 43. MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP
- 44. COVIRAN