

# ¿QUÉ NECESITA EL SECTOR PUBLICITARIO ESPAÑOL PARA SEGUIR SIENDO UNA REFERENCIA A NIVEL INTERNACIONAL?



El sector publicitario español es uno de los más reputados a nivel global. Cada año su trabajo es reconocido con algunos de los premios internacionales más prestigiosos por su **innovación, creatividad y buenas prácticas**. Su relevancia también radica en su aportación económica, con una contribución al PIB que **ascendió al 1,22%** en 2021. Además, en 2022, el sector, formado por 44.356 empresas, dio **empleo a 106.575 personas**.

## Cinco propuestas para garantizar su futuro.

**1** **NORMATIVA QUE GARANTICE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR.**  
Es imprescindible evaluar si la regulación se está cumpliendo y está **logrando los objetivos perseguidos** antes de impulsar una nueva normativa, con el fin de asegurar la estabilidad del marco regulatorio y la competitividad del sector.

Para seguir liderando la economía, se hace necesario **combinar la ineludible protección del usuario con el fomento de la competitividad del sector**, asegurándose de que la primera se cumple sin suponer un obstáculo para la segunda. Una **normativa equiparable a la de países de nuestro entorno** constituye una garantía para fomentar la competitividad del sector en un mundo conectado a nivel global. Una normativa que sea, asimismo, proporcional e igualitaria.

**2** **APUESTA POR LA AUTORREGULACIÓN Y LA CORREGULACIÓN.**  
El sector ha demostrado su responsabilidad a la hora de garantizar la protección de los colectivos más sensibles. Por ello, **los mecanismos de autorregulación y correulación han mostrado su eficacia** para asegurar una publicidad responsable.

Siendo esto así, solicitamos que los mecanismos de autorregulación y correulación, que pasaron a un segundo plano tras la aprobación de la Ley General de Comunicación Audiovisual, vuelvan a ocupar un lugar relevante en el marco normativo. No obstante lo anterior, como sector responsable trabajaremos con la administración en aquellas normativas que nos ayuden a que nuestros mensajes se difundan en medios éticos y transparentes generando confianza en los consumidores.

**3** **UN ÚNICO MARCO REGULATORIO A NIVEL NACIONAL.**  
Es fundamental que haya **una única regulación a nivel nacional para asegurar el correcto desarrollo del sector y evitar la fragmentación del mercado**, independientemente de la Comunidad Autónoma donde se difunda el contenido. Para ello, se solicita la **coordinación y acuerdo entre las Comunidades Autónomas y el Gobierno central**.

# 4

## ADAPTADO AL AVANCE TECNOLÓGICO.

El avance de la tecnología y la aparición de nuevas herramientas de comunicación está transformando el sector de la publicidad. **La tecnología ya nos permite que la publicidad llegue a los públicos objetivos garantizando la protección del usuario y el desarrollo del sector.** Por tanto, no sería necesario impulsar regulación específica a estos efectos, y solicitamos que **el marco regulatorio tenga en cuenta los avances tecnológicos y su adaptación a las nuevas herramientas digitales** permitiendo el desarrollo de una publicidad responsable y competitiva.

# 5

## EL FOMENTO DE LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA.

El sector de la publicidad es complejo, está en constante evolución y **requiere de un amplio conocimiento.** Ante esta circunstancia, **el sector se pone a disposición de los partidos políticos y autoridades** para dialogar, trasladar sus particularidades y **diseñar un marco regulatorio de manera conjunta con todas las garantías.**



## FIRMANTES

