

Ferran Bargues Estellés, secretari del Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació,

CERTIFICA

Que el Consell Rector en la reunió del dia 16 de febrer de 2022 ha acordat el següent:

### **MODIFICACIÓ DEL CODI DE CONDUCTA SOBRE L'ACTIVITAT COMERCIAL I PUBLICITÀRIA DE LA CVMC**

El Consell Rector en la reunió del dia 16 de febrer de 2022 acorda modificar el Codi de conducta sobre l'activitat comercial i publicitària de la CVMC, aprovat pel Consell Rector en la reunió del dia 5 de juliol de 2018, en el termes següents:

**Primer.-** *L'apartat 3.5 queda redactat de la forma següent:*

#### **“3.5. Publicitat de begudes alcohòliques**

La publicitat de begudes alcohòliques en la CVMC haurà de respectar la Llei general de publicitat, la Llei general de la comunicació audiovisual i les disposicions de la Directiva Europea i els principis següents:

1. No podrà estar adreçada a persones menors d'edat ni presentar-les consumint begudes alcohòliques
2. No s'ha d'associar el consum d'alcohol a una millora del rendiment físic o psíquic, a suposades propietats terapèutiques, a la capacitat de conducció de vehicles o a la seua contribució a l'èxit social o personal.
3. No se n'haurà d'estimular el consum immoderat; subratllar-hi, com una qualitat, l'alt contingut en alcohol d'una beguda, o donar una imatge negativa de l'abstinència.
4. En els anuncis de begudes alcohòliques es farà constar la seua graduació, i queda totalment prohibida tota publicitat de begudes que superen els 20 graus.

5. La publicitat de begudes alcohòliques de menys de 20 graus es podrà realitzar entre les 22.00 h i les 6.00 h. Fora d'aquest horari no podran emetre's, tret que aquesta publicitat forme part indivisible de l'adquisició de drets i de la producció del senyal a difondre.

6. Es permetrà la publicitat de les begudes anomenades 0,0 entre les 20.30 h. i les 6.00 h. del dia següent.”

**Segon.-** *L'apartat 4.3.2 queda redactat de la forma següent:*

#### **“4.3.2 Telepromocions**

És aquella comunicació comercial audiovisual en la qual un prescriptor/a, utilitzant l'escenari, l'ambientació i l'attrezzo del programa, exposen per un temps clarament superior a la duració d'un missatge publicitari les característiques d'un bé o d'un servei de manera que el missatge no pot ser emés de manera independent al programa corresponent.

En cap cas podran fer telepromocions periodistes o presentadors/res amb vinculació directa als continguts dels programes informatius.

Els presentadors/res amb vinculació directa als continguts dels programes d'entreteniment podran fer telepromocions amb l'autorització prèvia del Consell Rector.

En l'emissió de telepromocions, haurà de superposar-se permanentment i de forma clarament llegible una transparència amb la indicació *Publicitat* i ser fàcilment identificable com a tal per mitjans òptics i acústics.”