

La CNMC recomienda revisar varios aspectos de la normativa que prohibirá la publicidad de algunos alimentos y bebidas infantiles.

- La norma regulará también la aparición de “influencers” en los anuncios y la publicidad en las redes sociales.
- La CNMC aconseja ajustar la norma a las competencias de las autoridades autonómicas de regulación audiovisual.
- Recomienda mayor justificación sobre la prohibición de determinados productos y valorar la modulación de los perfiles internacionales de los alimentos a la situación de consumo que existe en España.

Madrid, 14 de octubre de 2022.- La CNMC realiza una serie de recomendaciones sobre la futura normativa que regulará las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas dirigidas al público infantil ([IPN/CNMC/028/22](#)).

El proyecto de Real decreto prohíbe las comunicaciones comerciales de determinados alimentos y bebidas dirigidas al público infantil y la aparición de “influencers” en las comunicaciones comerciales. También regula las actividades de promoción dirigidas al público infantil y las comunicaciones comerciales en servicios de comunicación audiovisual. Adicionalmente, la norma alude al fomento de la autorregulación y la corregulación para la gestión de la publicidad de determinados productos que pueden tener afectación a la salud pública.

La Unión Europea prevé regular en los próximos meses aspectos relativos al etiquetado de productos nutricionales. Por ello, la CNMC aconseja valorar el momento elegido para adoptar esta norma y los efectos que sucesivos cambios pudieran tener para las compañías afectadas y los consumidores.

Por otro lado, la CNMC recuerda la obligación legal de agotar las opciones de autorregulación y corregulación antes de limitar la comunicación comercial.

Además, la CNMC ha identificado determinados aspectos susceptibles de mejora en el texto propuesto, sobre los que realiza las siguientes recomendaciones:

- Reforzar la concreción de la norma, de forma que se puede compaginar la protección de la infancia con la seguridad jurídica que debe ofrecerse a los operadores en aquellos casos en los que existan dudas sobre la interpretación del contenido.
- Tener en cuenta las competencias de las autoridades autonómicas de regulación audiovisual y realizar ciertos ajustes de redacción (eliminar el inciso “o *electrónica*” en la referencia que se realiza a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual).
- Reforzar la justificación (listado de productos que se incluye) de por qué se prohíbe realizar comunicaciones comerciales a ciertas categorías de alimentos y bebidas (a pesar de tener componentes análogos a otros que no se prohíben), de acuerdo con el principio de neutralidad competitiva.
- Como posible alternativa, valorar que se modulen los perfiles de alimentos que presenta la Organización Mundial de la Salud (OMS) a la situación de consumo que existe en España.
- En el caso de las excepciones para poder realizar ciertas comunicaciones comerciales, se recomienda que se realice un tratamiento similar de los operadores, independientemente de las tecnologías de comunicación utilizadas.
- Realizar ajustes en lo relativo a la potestad de la CNMC ante una infracción de los prestadores audiovisuales, que puede realizar requerimientos al prestador del servicio de comunicación audiovisual para que cese en la emisión, pero no sancionar por ello.
- Realizar ajustes en la mención a las redes sociales que esencialmente permiten el intercambio de vídeos, y no a las redes sociales de forma amplia, ya que solo las primeras entran en el ámbito de la Ley General de Comunicación Audiovisual.
- Actualizar las referencias a la nueva Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual.

La CNMC es el organismo independiente regulador de los mercados que garantiza y promueve una competencia efectiva. Este informe se emite a solicitud del Ministerio de Consumo, en ejercicio de las competencias consultivas de la CNMC en aplicación del artículo 5.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.