

ACUERDO DE COOPERACIÓN

Los actores intervinientes en la compraventa de la publicidad digital están plenamente comprometidos con la protección de los derechos de autor. Es por ello que la Asociación Española de Anunciantes, IAB Spain y la Asociación de Agencias de Medios, como suma y representación del ecosistema publicitario digital en España, conscientes de la complejidad que tal protección conlleva en este entorno dinámico y globalizado, promueven este Acuerdo de Cooperación, en su responsabilidad de favorecer la seguridad de las marcas, proteger la integridad de la publicidad digital y no favorecer los contenidos o servicios que sean declarados ilegales. Tanto anunciantes, agencias y medios actúan, en la mayoría de los casos, en su doble condición de titulares de marcas, (productos, bienes y servicios) y contenidos y por otro, de intervinientes en el proceso de comercialización de la publicidad digital.

El presente Acuerdo también ha contado con el impulso de la Administración General del Estado que, en el marco de la Agenda Digital para España, prevé la puesta en marcha de diversas actuaciones de autorregulación para el sector digital.

Como muestra de su compromiso con la defensa de los derechos de propiedad intelectual, acuerdan los siguientes

PRINCIPIOS

PRIMERO. - Los firmantes y adheridos están plenamente comprometidos con la adecuada utilización y la protección de los derechos de propiedad intelectual, en cualquier ámbito de actuación y especialmente en lo que se refiere a las tecnologías digitales y/o los servicios de la información.

SEGUNDO. - Los firmantes y adheridos seguirán trabajando en favorecer y promover el pleno desarrollo de la libertad de información que permita aportar e impulsar la oferta de contenidos legales, atractivos y adecuados en el entorno digital.

TERCERO. - Los firmantes redactarán y documentarán por escrito principios y buenas prácticas y comunicarán su contenido con el fin de asegurarse su máxima difusión y el más amplio respeto de los mismos por cuantos terceros intervienen en el proceso de compraventa y distribución de la publicidad en Internet.

CUARTO. - Se considerará contraria al presente Acuerdo la difusión de Publicidad en Medios Digitales en los cuales, de forma activa, específica y no neutral, se vulnere la legislación aplicable, lesionándose bienes o derechos de terceros, susceptibles de indemnización.

Sin perjuicio de lo anterior, no se considerará que vulneran el presente Acuerdo aquellos prestadores de servicios de intermediación que participen en un acto de difusión que:

- a) No tengan conocimiento efectivo de la actividad de los Medios Digitales donde se difunda la Publicidad¹;
- b) Si lo tienen, actúen con diligencia para retirar la Publicidad de los mismos;
- c) Hayan puesto las medias técnicas para evitar la inserción de la publicidad, y ésta medida haya sido vulnerada por el medio digital.

QUINTO. - Los firmantes colaborarán con las autoridades competentes, para evitar la inserción de publicidad en aquellos sitios web que por declaración judicial o administrativa vulneren la legislación aplicable en materia de propiedad intelectual.

SEXTO. - Los firmantes iniciarán negociaciones con la Administración General del Estado para poner en marcha mecanismos para la gestión de la lista de medios identificados.

SEPTIMO. - Los firmantes desarrollarán y mantendrán actualizados los presentes principios permitiendo que cuantas empresas o instituciones se adhieran al mismo puedan ser identificadas e identificables por los consumidores y usuarios.

¹ A los efectos del presente Acuerdo, "conocimiento efectivo" tendrá el sentido previsto en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

OCTAVO. - Los firmantes colaborarán con la Administración General del Estado para lograr el objetivo de promover un marco de cumplimiento transparente, ágil y responsable que se materialice en mayor seguridad para todos los actores.