

MAHOU, CONDENADA POR ANUNCIAR SUS CERVEZAS EN LOS CAMPOS DE FÚTBOL

Una sentencia da la razón a la AUC sobre la ilegalidad de la publicidad de alcohol en los recintos deportivos

El Juzgado de Primera Instancia nº 21 de Madrid ha condenado al fabricante de cervezas Mahou al cese permanente su publicidad en los estadios de fútbol, al considerar que dicha publicidad es ilegal de acuerdo con la normativa vigente.

La Sentencia viene a ratificar la posición de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), que en su momento demandó a diferentes empresas cerveceras a causa de los anuncios que éstas colocan como publicidad estática en los campos de fútbol y otros recintos deportivos.

Según la AUC, aunque la presencia promocional de diferentes marcas de cerveza y vino en los campos de fútbol es una práctica muy extendida, la lectura combinada de la Ley del Deporte y de la Ley General de Publicidad no deja lugar a dudas sobre la prohibición legal de publicitar cualquier bebida alcohólica, sea cual sea su graduación, en las instalaciones y recintos deportivos:

- Por un lado, el artículo 67.1 de la Ley 19/1990, del Deporte, establece que queda **prohibida la introducción y venta de toda clase de bebidas alcohólicas en las instalaciones en las que se celebren competiciones deportivas.**
- Por otro, el artículo 8.5 de la Ley 34/1988, General de Publicidad, establece que queda **prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas en aquellos lugares donde esté prohibida su venta o consumo.**
- Asimismo, el artículo 2 nº 13 de la Reglamentación Técnico Sanitaria de Cervezas aprobada por Real Decreto 53/1995, de 20 de enero, considera que **la cerveza tiene alcohol cuando supere un grado centesimal.**

De acuerdo con lo anterior, la sentencia considera ilegal la campaña publicitaria de cerveza en estadios de fútbol mientras se lleven a cabo competiciones deportivas; condena a Mahou a cesar en dicha publicidad y a abstenerse en el futuro de llevarla a cabo, y obliga además a la cervecera a publicar el fallo “en dos periódicos de difusión nacional y en las cadenas de televisión públicas y privadas con la misma relevancia que noticia difundida y en el mismo horario o programa en el que se ha difundido el acto publicitario”.

La sentencia del Juzgado de Primera Instancia de Madrid se produce un año después de que la Asociación de Autocontrol de la Publicidad, organismo de autorregulación creado por los

propios anunciantes, se pronunciara en sentido similar ante una reclamación presentada por la AUC. La AAP reconoció la ilegalidad de la publicidad de vinos y cervezas en los estadios de fútbol en aquellas Comunidades Autónomas en las que no existe una Ley del Deporte específica que contradiga la legislación estatal.