

18.12.08

## **AUC lamenta que la campaña de Freixenet de este año haya recurrido a mezclar la actividad deportiva con las bebidas alcohólicas**

La Asociación recuerda que el sector del vino, incluyendo el cava, junto con la sidra, son los únicos fabricantes de bebidas alcohólicas que no cuentan con un Código Deontológico para regular sus buenas prácticas publicitarias.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación se ha dirigido a Freixenet para lamentar que en la campaña de Navidad de este año hayan recurrido a mezclar el consumo de bebidas alcohólicas con la actividad deportiva, mundos que deberían quedar cada vez más separados desde el punto de vista publicitario y promocional.

AUC indica que, aunque la asociación entre deporte y alcohol no es ilegal, la normativa española en esta materia (Ley 34/1988, artículo 8.5) obliga a la Administración a limitar reglamentariamente la publicidad de bebidas alcohólicas “en orden a los sujetos destinatarios, la no inducción directa o indirecta a su consumo indiscriminado y en atención a los ámbitos educativos, sanitarios y deportivos”

La Asociación recuerda, así mismo, que esta misma norma y la Ley Estatal del Deporte prohíben tanto la venta y consumo como la publicidad de bebidas alcohólicas en las instalaciones en las que se celebran actividades deportivas, por lo que no podría existir publicidad de alcohol en la retransmisión, por ejemplo, de una competición de natación sincronizada.

Finalmente, AUC recuerda que, mientras sectores de la industria alcoholera como las cervezas y los destilados cuentan con Código Deontológicos que regulan su publicidad y sus prácticas comerciales, en el caso de los vinos tal Código no existe, por lo que en muchos casos desarrollan prácticas comerciales y publicitarias que a otras bebidas alcohólicas les están vedadas.

### **Para más información:**

Esperanza Rodríguez (91 501 67 73)  
Alejandro Perales (600 56 46 92)