

18.03.2008

## **Las bebidas alcohólicas, obligadas a promover el consumo responsable también en su publicidad de patrocinio de eventos.**

### **Autocontrol estima una reclamación de AUC contra Dewar's White Label.**

El Pleno del Jurado de Autocontrol ha ratificado una resolución de esta entidad que obligaba a Bacardi España a rectificar una publicidad en la que se promocionaba un espectáculo musical (Soulería), al no incluir dicha publicidad un mensaje de consumo responsable.

En su resolución, que estimaba una reclamación de AUC por incumplimiento del Código Deontológico de los fabricantes de bebidas destiladas (FEBE), Autocontrol resalta el carácter de anunciante de Dewar's White Label aunque dicha marca no sea la responsable contratante de la inserción, ya que es indudable su interés y beneficio en la publicidad mencionada.

Para el Jurado de Autocontrol la publicidad de bebidas alcohólicas puede realizarse tanto directamente promocionando un producto como indirectamente promocionando un evento patrocinado por una marca de bebidas alcohólicas y con inclusión de referencias destacadas a ésta. Así mismo señala que "una compañía es responsable de la corrección de la publicidad que se realiza en su interés. Y si en esta publicidad se promociona una bebida espirituosa o la marca de ésta habrá de velar por que la publicidad respete las normas jurídicas y deontológicas aplicables, sin que haber suscrito un acuerdo de patrocinio pueda ser argumento válido para sustraer (...) del cumplimiento".

En base a lo anterior, Autocontrol establece que la publicidad en la que se mencionan o muestran bebidas alcohólicas y/o sus marcas, aunque dichas marcas aparezcan como patrocinadoras de un evento, está sometida a la obligación de incluir el mensaje de consumo responsable que establece el Código Deontológico del sector.

#### **Para más información:**

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