

**Asociación de Autocontrol de la Publicidad**

Conde de Peñalver, 52-1º D  
28006 Madrid

Madrid, a 18 de septiembre de 2008

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACION de la que es Presidente, viene a presentar por medio de este escrito reclamación ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad contra **BACARDI ESPAÑA, S. A.**, en base a las siguientes alegaciones:

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante AUC) es una organización sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/1984 General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores del Instituto Nacional de Consumo y es miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios, creado en desarrollo de la Ley 26/1984, por el Real Decreto 2211/1995 de 28 de Diciembre.
2. La AUC está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la citada Ley 26/1984; la Ley 34/1988, General de Publicidad; la Ley 3/1991 de Competencia Desleal; la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de la Contratación, y la Ley 25/1994, modificada por la Ley 22/1999 que incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva conocida como de la Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento e identificación de mensajes publicitarios hemos detectado un anuncio en prensa de **BACARDI**, patrocinando junto con el Diario PUBLICO el "BACARDI Mur'08 Mansk Route". En el citado anuncio no aparece señalada ni la graduación alcohólica de la bebida, ni el mensaje en el que se debe manifestar la moderación y el consumo responsable de dicha bebida.
4. El Código de Autorregulación Publicitaria de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (**FEBE**), a la que está adscrito esta empresa, y cuyo control de cumplimiento le corresponde al jurado de la AAP de acuerdo con el artículo 15 de dicho Código, señala en su artículo 6 que la publicidad de bebidas alcohólicas: *"evitará el error sobre la graduación o el contenido alcohólico. Con esta finalidad, la publicidad visualmente perceptible informará en un formato claramente legible por sus destinatarios sobre la graduación alcohólica de la bebida publicitada"*

5. Asimismo, en su artículo 7 señala que: *"la publicidad incluirá un mensaje que manifieste que la moderación constituye una premisa básica para un consumo responsable. Dicho mensaje será común para todas las empresas asociadas a FEBE y se incluirá en un formato claramente legible para sus destinatarios"*
6. La posición del Jurado de Autocontrol sobre la obligatoriedad de cumplir lo establecido por el artículo 6 en todo tipo de publicidad, ha quedado clara en ocasiones anteriores. Así, en los Asuntos AUC vs Pernord Ricard "Beefeater" o AUC vs Bacardi España S.A. "Dewars White Label" señala que de la responsabilidad arriba mencionada no puede sustraerse un anunciante por haber suscrito un acuerdo de patrocinio ya que " en caso contrario (...) se estaría dejando en manos del anunciante el cumplimiento del Código (e incluso de la legislación vigente), pues bastaría que éste presentase su publicidad, no como publicidad directamente encaminada a la promoción de una bebida alcohólica, sino como publicidad supuestamente encaminada a promocionar un evento realizado por un tercero y patrocinado por aquella, para eludir el cumplimiento de las normas legales o deontológicas que regulan la publicidad en este tipo de productos".

En consecuencia, y teniendo en cuenta que el artículo 15 del Código reconoce la capacidad de los consumidores para plantear reclamaciones por infracción de los Principios del mismo ante el Jurado de la AAP, solicitamos del Jurado de esa Asociación que resuelva contra la publicidad reclamada, y requiera a **BACARDI ESPAÑA, S. A.** su cese o modificación inmediatos.

Fdo: Alejandro Perales Albert  
Presidente de AUC