

RESOLUCIÓN DEL JURADO

Resumen de la Resolución: **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs. Bacardí España, S.A. “Costa Gabana”**

El pasado 23 de enero de 2008 la Sección Sexta del Jurado resolvió una reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de promoción de la marca de ron Bacardí.

La publicidad reclamada consiste en un anuncio difundido en prensa (“Canarias7” de 02/11/07) en el que aparece la figura del murciélago dentro de un círculo, característica de la marca Bacardí, seguida de la mención de la propia marca (Bacardi) y de lo siguiente: “*esta noche 22.00 h.*”, “*party*”, “*el mejor ambiente del sur, regalos, sorpresas y mucho más*”. Y en caracteres destacados “*Costa Gabana*”, con la mención “*Disco – Bar*” y “*Boulevard El Faro – Maspalomas*”. Como fondo del anuncio también se aprecia el murciélago de la marca Bacardí.

Con carácter previo a analizar si la publicidad reclamada infringe o no los artículos 6 y 7 del Código de Autorregulación Publicitaria de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE), la Sección Sexta del Jurado analiza si la compañía reclamada (Bacardí España, S.A.) es efectivamente responsable de la publicidad objeto de este procedimiento o si por el contrario –tal y como ha argumentado en su defensa- es un tercero el responsable de la publicidad.

Pues bien, a la vista de la documentación aportada por la compañía reclamada, la Sección Sexta del Jurado ha alcanzado la conclusión de que la publicidad controvertida ha sido realizada en interés y por cuenta de una entidad distinta de la reclamada, en concreto del Disco-bar “Costa Gabana”, que ha sido oportunamente requerido por Bacardí para que se abstenga de utilizar sin autorización su marca.

En consecuencia, esta Sección del Jurado ha concluido que la mercantil Bacardí no ostenta la condición de anunciante en la publicidad reclamada, puesto que la publicidad no ha sido llevada a cabo ni con su consentimiento ni en su interés y, asimismo, ha quedado acreditada una diligente actuación de la compañía reclamada en orden a evitar la indebida utilización de sus marcas o signos distintivos por parte de terceros.

Por lo expuesto, la Sección Sexta del Jurado ha acordado inadmitir la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra la compañía Bacardí España, S.A.

Texto completo de la Resolución de la Sección Sexta del Jurado: **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs. Bacardí España, S.A. “Costa Gabana”**

En Madrid, a 23 de enero de 2008, reunida la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Julio González Soria para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Bacardí España, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

1.- El pasado día 4 de enero de 2008, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Bacardí España, S.A. (en lo sucesivo, BACARDI).

2.- La publicidad reclamada consiste en un anuncio difundido en prensa ("Canarias7" de 02/11/07) en el que aparece la figura del murciélago dentro de un círculo, característica de la marca Bacardí, seguida de la mención de la propia marca (Bacardí) y de lo siguiente: "*esta noche 22.00 h.*", "*party*", "*el mejor ambiente del sur, regalos, sorpresas y mucho más*". Y en caracteres destacados "*Costa Gabana*", con la mención "*Disco – Bar*" y "*Boulevard El Faro – Maspalomas*". Como fondo del anuncio también se aprecia el murciélago de la marca Bacardí.

3.- AUC alega que la publicidad descrita infringe los artículos 6 y 7 del Código de Autorregulación Publicitaria de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE) (en adelante, Código FEBE).

La asociación reclamante sostiene que la publicidad reclamada contraviene el artículo 6 del citado Código en la medida en que éste establece que se ha de evitar el error sobre la graduación o el contenido alcohólico del producto y con esta finalidad obliga a que la publicidad visualmente perceptible informe en un formato claramente legible por sus destinatarios sobre la graduación alcohólica de la bebida publicitada.

Por otro lado, la vulneración del artículo 7 vendría determinada por la ausencia en la publicidad de un mensaje que manifieste que la moderación constituye una premisa básica para un consumo responsable, mensaje que también ha de incluirse en un formato claramente legible para los destinatarios.

En consecuencia, y teniendo en cuenta que el artículo 15 del Código FEBE reconoce la capacidad de los consumidores para plantear reclamaciones por infracción de los principios del mismo, ante el Jurado de Autocontrol, AUC solicita del Jurado la declaración de ilicitud de la publicidad reclamada y que se requiera a BACARDI su cese o rectificación inmediatos.

4.- Trasladada la reclamación a BACARDI, esta compañía ha presentado escrito de contestación en el que alega que no es el anunciante de la supuesta publicidad ilícita frente a la que se dirige la reclamación. BACARDI señala que no ha intervenido ni directa ni indirectamente en el anuncio controvertido, que ha sido llevado a cabo por iniciativa, y por cuenta y riesgo de "Costa Gabana Disco-bar". Y señala que el citado disco-bar no ha recibido aportación alguna de BACARDI para financiar el anuncio en cuestión.

En segundo lugar, BACARDI alega que carece de legitimación pasiva en el presente procedimiento, siendo la entidad "Costa Gabana Disco-bar" la que ostenta esta condición. Continúa la reclamada manifestando que no ha autorizado a "Costa Gabana Disco-bar" para realizar publicidad de su marca, por lo que le ha cursado el correspondiente requerimiento para que se abstenga de realizar publicidad de cualquiera de las marcas titularidad de Bacardí & Company Limited, sin contar con autorización expresa y escrita de ésta o de Bacardí España. Puntualiza BACARDI que está llevando a cabo todas las actuaciones necesarias para evitar que terceros no autorizados puedan realizar publicidad que- en su caso, pueda resultar ilícita- de la marca Bacardí.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

En su defensa, la reclamada cita doctrina del Jurado relativa a un caso previo que considera guarda identidad con el presente, e invoca el artículo 3 del Código de Autorregulación de FEBE. A este respecto, sostiene BACARDI que, en la medida en que el citado Código resulta de aplicación únicamente a las empresas asociadas a FEBE, la reclamación ha de ser desestimada, puesto que no se da esta circunstancia en la entidad “Costa Gabana Disco-bar”.

Finalmente, a efectos dialécticos, sostiene la reclamada que el anuncio controvertido no concierne a una bebida alcohólica, sino que se trata de publicidad de una “party” (fiesta), por lo que no sería de aplicación el artículo 7 del Código de Autorregulación de FEBE.

Por lo expuesto, BACARDI solicita del Jurado la inadmisión de la reclamación presentada por AUC o, subsidiariamente, la íntegra desestimación de la misma.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- De acuerdo con los antecedentes de hecho expuestos, la primera cuestión sobre la que ha de pronunciarse este Jurado consiste en determinar si la compañía reclamada es efectivamente responsable de la publicidad objeto de este procedimiento o si por el contrario –tal y como ha argumentado en su defensa- es un tercero el responsable de la publicidad.

2.- Pues bien, tras el examen de la documentación aportada por la compañía reclamada, la Sección Sexta del Jurado concluye que BACARDI carece de responsabilidad alguna en relación con la difusión de la publicidad frente a la que se dirige la presente reclamación. En efecto, a la vista de las actuaciones llevadas a cabo por la compañía reclamada, especialmente el requerimiento dirigido por el Letrado de BACARDI a la entidad “Costa Gabana Disco-bar”, este Jurado no puede sino inferir que la publicidad controvertida ha sido realizada en interés y por cuenta de una entidad distinta de la reclamada, que oportunamente ha requerido al anunciante para que se abstenga de utilizar en su publicidad la marca gráfica consistente en la imagen de un murciélago encerrada en un círculo, salvo autorización expresa y por escrito de la compañía titular de los correspondientes derechos de marca. Y, en particular, que se abstenga de su utilización en la publicidad de cualquier tipo de actividad o fiesta, instando a la requerida (Costa Gabana Disco-bar) a que formalice por escrito su compromiso de llevar a cabo tales actuaciones.

En estas circunstancias, esta Sección del Jurado ha de concluir -en el mismo sentido que ya hiciera la Sección Cuarta del Jurado en su Resolución de 3 de enero de 2008- que la mercantil BACARDI no ostenta la condición de anunciante en la publicidad reclamada, puesto que la publicidad no ha sido llevada a cabo ni con su consentimiento ni en su interés y, asimismo, ha quedado acreditada una diligente actuación de la compañía reclamada en orden a evitar la indebida utilización de sus marcas o signos distintivos por parte de terceros. Así las cosas, es obvio para este Jurado que no procede exigir responsabilidad alguna a la compañía BACARDI por la difusión de la publicidad reclamada.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Inadmitir la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra la compañía Bacardí España, S.A.