

## RESOLUCIÓN DEL JURADO

### Resumen de la Resolución: **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs. Bacardí España, S.A. “Ron 5 años”**

El pasado 3 de enero de 2008 la Sección Cuarta del Jurado resolvió una reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de promoción de la bebida Ron Bacardí 5 años.

La publicidad reclamada consiste en un anuncio difundido en prensa (Diario del Alto Aragón de 12/10/07) que comienza con la mención “Fiesta” sobre el anagrama compuesto por la imagen de un murciélago en el interior de un círculo. A continuación figura “Bacardí 5 años” y en el tercio inferior del anuncio “Cubitos”. En la parte final se indica “Hoy, a partir de las 11 de la noche”.

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 Cuarta 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 Cuarta del Jurado considera que Bacardí carece de responsabilidad alguna en relación con la difusión de la publicidad frente a la que se dirige la presente reclamación. En efecto, de todos los documentos probatorios aportados por la reclamada se desprende la misma conclusión, a saber, que la publicidad frente a la que se ha dirigido la reclamación ha sido difundida por la entidad “Discobar Cubitos” careciendo del consentimiento del legítimo titular de la marca Ron Bacardí. Es más, incluso la publicidad hace mención a una concreta bebida (Bacardí 5 años) que de acuerdo con la documentación obrante en el expediente ha dejado de ser comercializada por Bacardí.

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 Cuarta 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 Cuarta **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs. Bacardí España, S.A. “Ron 5 años: cubitos”**

En Madrid, a 3 de enero de 2008, reunida la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig 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 compañía Bacardí España, S.A., emite la siguiente



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

## RESOLUCIÓN

### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 10 de diciembre de 2007, 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 (Diario del Alto Aragón de 12/10/07) que comienza con la mención “Fiesta” sobre el anagrama compuesto por la imagen de un murciélago en el interior de un círculo. A continuación figura “Bacardi 5 años” y en el tercio inferior del anuncio “Cubitos”. En la parte final se indica “Hoy, a partir de las 11 de la noche”.

3.- La asociación reclamante 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).

Sostiene AUC 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 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 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 cuenta y riesgo de “Discobar Cubitos”.

En segundo lugar, BACARDI alega que la bebida “Bacardí 5 años” es una bebida que esta compañía dejó de comercializar en junio de 2006, por lo que no puede tener ningún interés en realizar publicidad de la misma.

Continúa BACARDÍ manifestando que no ha autorizado a “Discobar Cubitos” para realizar publicidad de su marca, por lo que ha cursado el correspondiente requerimiento a “Discobar Cubitos”, y entiende que no se le puede imputar a la reclamada la actividad publicitaria realizada por un tercero sin su consentimiento.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Añade BACARDI que, en la medida en que carece de legitimación pasiva, la reclamación ha de ser desestimada e indica que el Código de Autorregulación de FEBE resulta de aplicación a las empresas asociadas, no dándose esta circunstancia en “Discobar Cubitos” según acredita mediante certificación del Secretario de FEBE.

Por último, a efectos dialécticos, sostiene la reclamada que el anuncio controvertido no concierne a una bebida alcohólica, sino que se trata de publicidad de una 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 a trámite 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, a la vista de la documentación aportada por la compañía reclamada, la Sección Cuarta del Jurado considera 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, el certificado emitido por el Director de Compra de la Agencia de Publicidad Universal McCann, el certificado emitido por el Director de Compras y Logística de Bacardí España, S.A., así como el requerimiento dirigido por el Letrado de BACARDI a “Discobar Cubitos” para que cese en la utilización de la marca gráfica consistente en la imagen de un murciélago encerrada en un círculo, constituyen documentos de los que se desprende la misma conclusión, a saber, que la publicidad frente a la que se ha dirigido la reclamación ha sido difundida por la entidad “Discobar Cubitos” careciendo del consentimiento del legítimo titular de la marca Ron Bacardí. Es más, incluso la publicidad hace mención a una concreta bebida (Bacardí 5 años) que de acuerdo con la documentación obrante en el expediente ha dejado de ser comercializada por BACARDI.

En estas circunstancias, esta Sección del Jurado ha de concluir 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 Cuarta del Jurado de Autocontrol

## ACUERDA

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