

Resolución de la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación de Cerveceros **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs San Miguel Fábricas de Cerveza y Malta S.A. (San Miguel)**

En Madrid, a 27 de febrero de 2008, reunida la Comisión de seguimiento del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España, formada por María Rodríguez Sánchez y D<sup>a</sup>. Victoria Galarza Rubio, por parte de CECU con n° de CIF: G- 41218215, y D. Jacobo Olalla Marañón y D<sup>a</sup>. Cristina de Aguirre Cadena por parte de Cerveceros de España con n° de CIF: G-28516474, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una supuesta publicidad de de la que es responsable San Miguel Fábricas de Cerveza y Malta S.A., emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### **I.-Antecedentes de Hecho.**

1. El pasado 13 de febrero de 2008 se admite a trámite la reclamación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC) contra un supuesto anuncio de las Cervezas San Miguel propiedad de San Miguel Fábricas de Cerveza y Malta S.A. (en lo sucesivo San Miguel).

2. La publicidad reclamada consiste en un anuncio difundido en prensa (periódico Hoy Extremadura de fecha 5 de enero de 2008) en el que se publicita un nuevo concesionario para Badajoz. En el anuncio puede leerse el nombre del nuevo concesionario: *Provenet Pintiado, S.L, nuevo concesionario para Badajoz de: CERVEZAS SAN MIGUEL*. Debajo aparece la marca de las Cervezas San Miguel. En la esquina inferior izquierda encontramos el anagrama del concesionario, y a continuación, a su izquierda, se pasa a indicar las direcciones y teléfonos de contactos del mismo:

*Polígono Industrial El Nevero C. Trece, Nave 12. 4, 06006 Badajoz  
Meléndez Valdés, 47, "La trastienda de Provenet 06002 Badajoz  
Teléfonos de Contacto: 924 250 739 – 696 932 191.*

3. AUC alega en su escrito de reclamación que San Miguel contraviene el Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España (en lo sucesivo el "Código") al no incluirse en dicha publicidad ningún mensaje instado al consumo moderado y responsable, a pesar de venir señalado en el punto 2 de su apartado 3 del Código de Cerveceros:

*"Tanto los spots televisivos como toda la publicidad expuesta en los medios de transmisión impresa (periódicos, revistas, etc.), mobiliario urbano y vallas publicitarias deberán incluir obligatoriamente el mensaje que manifieste que la moderación constituye una premisa básica para el consumo responsable. Dicho mensaje deberá ser recogido de la forma: "(la marca correspondiente) recomienda el consumo responsable" y se incluirá en un formato claramente legible para los destinatarios. En el caso concreto de la televisión, la leyenda deberá aparecer siempre en horizontal y en un tamaño de letra cuerpo 22. Su tiempo de exposición será de 3 segundos en spots de menos de 30 segundos y de 5 segundos en spots de mayor duración.*

En consecuencia, AUC solicita a la Comisión de Seguimiento que resuelva contra la publicidad reclamada y requiera a San Miguel el cumplimiento futuro de lo establecido en el Código de Cerveceros de España.

4. Trasladada la reclamación a San Miguel, esta compañía ha presentado el escrito de contestación en tiempo y forma oponiéndose a los argumentos adversos y no reconociendo los hechos expuestos expresamente en el escrito ya que el referido mensaje en prensa se ha hecho por iniciativa y bajo la responsabilidad de la Sociedad Provenet Pintiado S.L. que es quien lo ha pagado, sin intervención alguna de San Miguel que lo desconocía.

En segundo lugar, la reclamada alega que esta comunicación en prensa no supone un publicidad de sus productos, sino la comunicación al público de que dicho concesionario es el nuevo distribuidor de la Sociedad San Miguel en Badajoz.

Por todo lo anterior, la reclamada solicita de la Comisión la desestimación íntegra de la presente reclamación.

## **II.- Fundamentos deontológicos**

1. Del análisis del anuncio objeto del presente pronunciamiento, la Comisión ha podido comprobar, que no se trata de un anuncio publicitario de San Miguel, e independientemente de ello, tampoco realiza promoción de su producto.

Por todo ello, la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España

## **RESUELVE**

Desestimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente al Grupo Mahou San Miguel.

Sirva el presente pronunciamiento, emitido por la Comisión, en cumplimiento de sus obligaciones a tenor del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España, conforme al sentido y finalidad última del mismo en cuanto a que todas las comunicaciones comerciales sobre cervezas sigan siendo legales, honestas, verídicas y acordes a los principios de justa competencia y buenas prácticas comerciales, que se sigan elaborando con sentido de responsabilidad social, basándose en los principios de buena fe y equidad entre las partes implicadas, y en ningún caso transgredir los límites de la ética, la dignidad o la integridad humana, y en este sentido, para velar por el cumplimiento de tales principios.

En lugar y fecha *ut supra*



Fdo: D<sup>a</sup>. María Rodríguez Sánchez



Fdo: D<sup>a</sup>. Victoria Galarza Rubio



Fdo: D. Jacobo Olalla Marañón



Fdo: D<sup>a</sup>. Cristina de Aguirre Cadena