



Resolución de la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación de
Cerveceros **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs HIJOS DE
RIVERA S.A (ESTRELLA GALICIA)**


En Madrid, a 21 de noviembre de 2008, reunida la Comisión de seguimiento del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España, formada por D^a. Vanesa Arbesú González y D^a. Celia Guitián Miranda, por parte de CECU, con nº de CIF: G- 41218215, y D. Jacobo Olalla Marañón y D^a. Cristina de Aguirre Cadena por parte de Cerveceros de España con nº de CIF: G- 28516474, por parte de Cerveceros de España para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad en la que es responsable HIJOS DE RIVERA S.A., emite la siguiente

 **RESOLUCIÓN**

I.-Antecedentes de Hecho.

 1. El pasado 5 de noviembre se admite a trámite la reclamación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC) contra una gráfica de prensa responsabilidad de la empresa Hijos de Rivera S.A. (en concreto, de la marca Estrella Galicia) por un supuesto incumplimiento de una norma recogida en el Código de Autorregulación de Cerveceros de España (en lo sucesivo, el "Código").

 2. La publicidad reclamada consiste en un anuncio de Estrella Galicia en el periódico Metrópoli del día 24 de Octubre de 2008 donde se promociona la semana del pulpo.

 AUC alega en su escrito de reclamación que ha detectado un ilícito publicitario en un anuncio en prensa, de la cerveza "Estrella Galicia", que a su entender contraviene el Código al no incluirse en dicha publicidad ningún mensaje instando al consumo moderado y responsable, a pesar de venir señalado en el punto 2 de su apartado 3 del Código.

3. Trasladada la reclamación a Hijos de Rivera S.A., esta compañía ha presentado el escrito de contestación oponiéndose a los argumentos expuestos adversos y defendiendo que la publicidad contiene el mensaje de consumo responsable, presentando como **Documento 1** copia del citado anuncio e indicando que en el anuncio la mención de "*Estrella Galicia recomienda el consumo responsable*" es legible en cumplimiento de lo previsto por el punto 2 del apartado 3 del Código.

II.- Fundamentos deontológicos

I.- En virtud del apartado 2 del punto 3 del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España, "*Tanto los spots televisivos como toda 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 spot de mayor duración.*"

Del análisis del anuncio objeto del presente pronunciamiento, la Comisión ha podido comprobar la inclusión en el mismo del mensaje que recomienda el consumo responsable en la parte inferior derecha donde se incluye la mención: "*Estrella Galicia recomienda el consumo responsable*", por lo tanto, no da lugar la solicitud de requerimiento hacia la empresa reclamada sobre la inclusión de dicho mensaje, ya incluido como se ha observado.

En atención a todo lo que hasta aquí expuesto, la Comisión de seguimiento del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España



RESUELVE

1.- Desestimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra la Compañía Hijos de Rivera S.A.



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^a. Vanesa Arbesú González

Fdo: D^a. Celia Guitián Miranda

Fdo: D. Jacobo Olalla Marañón

Fdo: D^a. Cristina de Aguirre Cadena