

**Resolución de la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación de
Cerveceros **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs HEINEKEN**
(Dispensador Beertender)**

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 n° de CIF: G- 41218215, y D. Jacobo Olalla Marañón y D^a. Cristina de Aguirre Cadena por parte de Cerveceros de España con n° 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 se promociona un dispensador de cerveza "Beertender", emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.-Antecedentes de Hecho.

1. El pasado 5 de noviembre de 2008 se admite a trámite la reclamación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC) contra un supuesto anuncio propiedad de HEINEKEN ESPAÑA S.A. (en lo sucesivo HESA).
2. En la publicidad reclamada aparecen varias veces imágenes de barriles Heineken, que se vende, y un vaso, con la citada marca impresa. En la parte superior del anuncio, podemos leer el siguiente enunciado: "LA TIENDA EL PAÍS 902 30 22 23 www.tienda.elpais.com". El mismo corresponde al periódico EL PAIS con fecha de publicación 6 de agosto de 2008.
3. AUC alega en su escrito de reclamación que HESA 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.

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

4. Trasladada la reclamación a HESA, esta compañía ha presentado el escrito de contestación en tiempo y forma haciendo constar que, en la acción publicitaria objeto de la referida reclamación, manifiesta que no ha tenido participación en la comunicación reclamada no pudiendo en consecuencia ser responsable de la misma, por lo que solicita el archivo del presente expediente.

En primer lugar alega, que dicho anuncio (**Documento número 1**) ha sido desarrollado en su integridad por la empresa GROUPE SEB IBÉRICA, S.A, Sociedad docimiliada en Barcelona, Calle Almogavers, 107-119 – Complejo Ecoubarn, provista de CIF A-20025888 no teniendo ningún control ni participación en dicha publicidad Por lo tanto, no goza de su autorización.

En segundo lugar, HESA aporta varios documentos anexos para apoyar su defensa:

Documento número 2: Certificado donde HESA requiere al GROUPE SEB IBÉRICA, S.A para que en todas las futuras publicaciones donde se haga referencia a Heineken aparezca la mención de "*Heineken recomienda el consumo responsable*".

Documento número 3: Burofax remitido por HESA al GROUPE SEB IBÉRICA, S.A como requerimiento formal y fehaciente efectuado para el cese del uso de la marca HEINEKEN.

Documento número 4: Resoluciones de Autocontrol número 098/R/JULIO 2008 y número 075/R/JULIO 2008 en el que igual que en el presente caso, se acreditó de manera fehaciente el requerimiento a un tercero para el cese del uso de las marcas de HESA. Autocontrol reconoció en dicho supuesto que el reclamado no tenía la responsabilidad ni control de la publicidad reclamada.

II.- Fundamentos deontológicos

1.- En el caso que nos ocupa, la asociación reclamante denuncia un incumplimiento del apartado 2.3 del citado del citado Código de Cerveceros. No obstante, y dados los términos en los que ha contestado la reclamada, la reclamación debe de examinarse en primer término si ésta es responsable de la publicidad difundida y, por ende, de la infracción que hubiera podido producirse.

De acuerdo con el artículo 10 de la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad, es anunciante, "la persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad". Si observamos el anuncio objeto de la denuncia no podemos negar que aparece varias veces la marca propiedad de HESA.

Sin embargo, HESA sostiene en su escrito de contestación que el anuncio ha sido desarrollado en su integridad por la empresa GROUPE SEB IBÉRICA, S.A, no teniendo ningún control ni participación en dicha publicidad. Habiéndose producido un uso indebido de la marca "Heineken" pues se ha producido sin su consentimiento.

En este sentido, aporta Heineken al presente expediente, documentación tendente a obtener el cese de utilización indebida de la marca por "GROUPE SEB IBÉRICA, S.A" con fecha 11 de noviembre de 2008

aportando copia del escrito a la Comisión y cuyo objeto es instarle de modo fehaciente a que interrumpa el uso no autorizado de su marca.

Por todo ello y teniendo en cuenta los Asuntos N°075/R/JUNIO 2008 y N° 098/R/JULIO 2008, la Comisión de seguimiento, ha de concluir que HESA 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.

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

RESUELVE

Desestimar a trámite la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra la Compañía HEINEKEN ESPAÑA, 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