


**Resolución de la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación de
Cerveceros **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs COMPAÑÍA
CERVECERA DE CANARIAS, S.A (Tropical)****



En Madrid, a 14 de mayo 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. Victoria Galarza Rubio, 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, 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 COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN


I.-Antecedentes de Hecho.



1. El pasado 25 de abril de 2008 se admite a trámite la reclamación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC) contra un anuncio en prensa donde se hace referencia a la marca Tropical, de la que es responsable la COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS, S.A (en lo sucesivo CCC).

2. La publicidad reclamada consiste en un anuncio en prensa en el que figura la marca Tropical, concretamente el 16 de marzo de 2008, en el periódico "La Provincia". En la parte central del anuncio aparecen dos botellines de cerveza Tropical unidos por la chapa simulando un reloj de arena. A ambos lados del mismo se observan varias fotos y distintos años escritos en números. En la parte superior del anuncio puede leerse: "Revela tu momento....." junto con el anagrama de Tropical. A continuación: "Envíanos tus fotos y participa en el concurso....". En la parte inferior del anuncio figura: "Recuerdos de toda una birra, grandes premios para los ganadores. Y por último: "Información, bases e inscripción en: www.ccc.es."



3. AUC alega en su escrito de reclamación que CCC 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:

"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

RESUELVE

1º.- Estimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable CCC.

2º.- Declarar que la publicidad reclamada infringe el punto 2 del apartado 3 del Código de Autorregulación Publicitaria del Código de Cerveceros de España.

3º.- Requerir a CCC un mayor y estricto cumplimiento del Código de Cerveceros de España, minimizando aún más los posibles errores que provoquen su incumplimiento.

4º.- Valorar positivamente la asunción de responsabilidad por parte de CCC y la inclusión de la leyenda de consumo responsable en los anuncios posteriores a la reclamación.

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. Victoria Galarza Rubio



Fdo: D. Jacobo Olalla Marañón



Fdo: D^a. Cristina de Aguirre Cadena