

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

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^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 Heineken España S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.-Antecedentes de Hecho.

1. El pasado 11 de febrero 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 de la marca AMSTEL, de la que es responsable HEINEKEN S.A (en lo sucesivo HESA).

2. La publicidad reclamada consiste en un anuncio en prensa de la marca AMSTEL felicitando al Diario El Mundo en su décimo aniversario: "Una década de noticias y hoy la noticia soy vosotros. Felicidades. 10^a aniversario EL MUNDO". En la parte media del anuncio aparece la imagen de un botellín y de una copa de dicha marca. Y por último, el anagrama: AMSTEL.

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:

"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 HESA el cumplimiento futuro de lo establecido en el Código.

4. Traslada la reclamación a HESA, esta compañía ha presentado el escrito de contestación en tiempo y forma asumiendo su responsabilidad por la no inclusión expresa de la mención "HEINEKEN recomienda el consumo responsable", recogida en el punto 2 del apartado 3 del Código.

HESA en este caso no actúa como patrocinador del evento en cuestión, sino como organizador del mismo, por tanto, es responsable de la comunicación publicitaria de referencia y en consecuencia, de la inclusión expresa de la meritada mención.

II.- Fundamentos deontológicos

1. En el presente asunto nos encontramos por lo tanto con un anuncio en prensa de la marca AMSTEL, responsabilidad de HEINEKEN, S.A., felicitando al Diario El Mundo en su décimo aniversario.

2. HESA asume su responsabilidad por la no inclusión expresa de la mención "HEINEKEN recomienda el consumo responsable" recogida en el punto 2 del apartado 3 del Código

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

RESUELVE

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

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 HEINEKEN S.A a cumplir en el futuro el Código de Cerveceros de España.

4º.- Valorar positivamente la asunción de responsabilidad por parte de HEINEKEN S. A. de inclusión de la leyenda de consumo de responsable.

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. María Rodríguez Sánchez



Fdo: D.ª. Victoria Galarza Rubio



Fdo: D. Jacobo Olalla Marañón



Fdo: D.ª. Cristina de Aguirre Cadena