

Resolución de la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación de Cerveceros **Asociación de Usuarios de la Comunicación vs S.A DAMM (Voll-Damm)**

En Madrid, a 2 de diciembre 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, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra dos anuncios de publicidad en la que es responsable S.A. DAMM, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.-Antecedentes de Hecho.

1. El pasado 24 de noviembre de 2008 se admite a trámite la reclamación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC) contra dos supuestos anuncios en el que aparece el signo distintivo de la cerveza Voll-Damm, propiedad de S.A. DAMM (en lo sucesivo DAMM).

2. La publicidad reclamada consiste en dos anuncios en prensa dentro de la campaña promocional del Festival de Jazz que lleva por nombre: "Voll-Damm 40 Festival Internacional Jazz Barcelona". Los anuncios aparecen publicados en los siguientes diarios de Cataluña "el Periódico" y "La Vanguardia" del 6 de octubre y del 11 de octubre del 2008 respectivamente.

3. AUC alega en sus escritos de reclamación que DAMM contraviene el Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España (en lo sucesivo el "Código") al no incluirse en dichos anuncios 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 los anuncios reclamados y requiera a DAMM el cumplimiento futuro de lo establecido en el Código de Cerveceros de España.

4. Trasladada la reclamación a DAMM, esta compañía ha presentado el escrito de contestación en tiempo y forma haciendo constar que, en la acción publicitaria objeto de la referida reclamación, DAMM acepta expresamente la responsabilidad de la reclamación de AUC objeto del presente expediente pero en primer lugar pasa a aclarar lo sucedido.

- a) DAMM se caracteriza por la voluntad de cumplir y observar de forma estricta sus obligaciones con la Legislación vigente y sus compromisos como miembro adscrito al Código.
- b) Por un error técnico imputable a "MUSIC PROJECT SL" no se han incluido en el diseño final de los anuncios la mención "*Voll-Damm recomienda el consumo responsable*". "MUSIC PROJECT SL" es una empresa que se dedica a la gestión de espectáculos musicales, y por tanto es la mercantil que organiza y ostenta derechos de imagen de dicho festival de jazz. Ello conlleva que entre otras actividades "MUSIC PROJECT SL" sea la responsable de desarrollar y contratar la comunicación y patrocinio del festival de Jazz en cuestión.
- c) La campaña de referencia versa sobre un patrocinio de un Festival de Jazz y en ningún caso está dirigida a realizar publicidad del producto Voll-Damm.
- d) DAMM se compromete a reiterar sus esfuerzos para que estas situaciones no vuelvan a repetirse.

II.- Fundamentos deontológicos

1. En el presente asunto nos encontramos por lo tanto con una inserción de la Marca Voll-Damm, responsabilidad de S.A. DAMM, incluido en los diarios "el Periódico" y "La Vanguardia".
2. S.A. DAMM asume su responsabilidad por la no inclusión expresa de la mención "*Voll-Damm recomienda el consumo responsable*" recogida en el punto 2 del apartado 3 del Código.

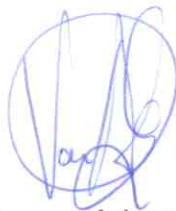
En atención a todo lo que hasta aquí expuesto, la Comisión de seguimiento del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España

RESUELVE

- 1º.- Estimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a dos anuncios de la que es responsable S.A. DAMM insertados en los diarios "el Periódico" y "La Vanguardia".
- 2º.- Declarar que los anuncios reclamados infringen el punto 2 del apartado 3 del Código de Autorregulación Publicitaria del Código de Cerveceros de España.
- 3º.- Requerir a S.A. DAMM a cumplir en el futuro el Código de Cerveceros de España.
- 4º.- Valorar positivamente la asunción de responsabilidad por parte de S.A. DAMM 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. Vanesa Arbesú González



Fdo: D^a. Celia Guitián Miranda



Fdo: D. Jacobo Olalla Marañón



Fdo: D^a. Cristina de Aguirre Cadena