



Resolución de 15 de noviembre de 2018, de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Maxxium España, S.L. (Beam Global). El Jurado consideró que existía infracción de los artículos 6.2 y 7.2 del Código de Autorregulación Publicitaria de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE).

Resumen de la Resolución:
AUC vs. Maxxium España, S.L.
“Whisky DYC. Prensa”

Resolución de 15 de noviembre de 2018, de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Maxxium España, S.L. (Beam Global).

La reclamación se dirige contra una pieza publicitaria difundida en prensa titulada *“Un molino con sabor a Whisky”*.

El Jurado consideró que la publicidad infringía los artículos 6.2 y 7 del Código de Autorregulación de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (en adelante, **“Código FEBE”**) dado que no incluía el mensaje de consumo responsable ni la graduación alcohólica de la bebida.

Frente a dicha conclusión, la Sección consideró que no cabía oponer, tal y como pretendía la reclamada, que la comunicación comercial simplemente promocionaba visitas a la destilería en la que se elaboraba el producto dado que la mayoría de las fotografías incluidas en el anuncio mostraban la bebida promocionada y esta incluía múltiples referencias explícitas y elogiosas relativas al whisky promocionado.



Texto Completo de la Resolución del Jurado: **AUC vs. Maxxium España, S.L.** **“Whisky DYC. Prensa”**

En Madrid, a 15 de noviembre de 2018, reunida la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Maxxium España, S.L. (Beam Global), emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 5 de noviembre, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante, “**AUC**”) presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Maxxium España S.L. (Beam Global).

2.- La publicidad objeto de reclamación consiste en un anuncio difundido en prensa titulado “*Un molino con sabor a Whisky*”.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad reclamada**”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, AUC considera que la Publicidad objeto de la reclamación es ilícita pues, según sostiene, contraviene el artículo 7 del Código de Autorregulación de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (en adelante, “**Código FEBE**”), pues no incluye ni el mensaje de consumo responsable ni la graduación alcohólica de la bebida.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Maxxium España, S.L. (Beam Global), ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él mantiene que la comunicación comercial controvertida no promueve ni el producto DYC ni su consumo; simplemente promociona la destilería DYC con el fin de atraer visitas a las instalaciones donde se elabora el whisky DYC, razón por la cual, a su juicio, no tiene la obligación de incluir ni el mensaje de consumo responsable ni el de su graduación alcohólica.

Por todo ello, solicita al Jurado que desestime la reclamación presentada.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la vista de los antecedentes de hecho expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz de lo dispuesto en el artículo 7.2 del Código FEBE, en virtud del cual: “*La Publicidad a la que se aplica este Código no podrá fomentar el abuso en el consumo. Con esta finalidad, la Publicidad que resulte visualmente perceptible -salvo el etiquetado de los productos, aquélla en la que se*



difunda un patrocinio o la publicidad corporativa, cuando no promuevan productos o el consumo-, incluirá el Mensaje de Consumo Responsable que manifiesta que la moderación constituye una premisa básica para un consumo responsable. Dicho mensaje será común para todas las empresas asociadas a FEBE y se incluirá en un formato claramente legible por sus destinatarios. Para ello el mensaje de Consumo Responsable de FEBE: a) Deberá estar colocado en un lugar claramente visible. b) Deberá tener un tamaño mínimo equivalente al 1% del total de la mancha publicitaria; cuando se trate de publicidad realizada en cine o televisión, deberá tener un tamaño mínimo del 1,5% del total del anuncio y deberá mantenerse durante al menos 2 segundos. c) Deberá estar impreso en un color que permita que sea claramente visible y legible con respecto al fondo del anuncio. d) Deberá ir acompañado, con igual formato y color e inmediatamente a continuación de dicho Mensaje, de la mención del grado alcohólico del producto publicitado”.

2.- Así las cosas, esta Sección debe analizar si el anuncio reclamado cumple con los requisitos exigidos para la publicidad de bebidas alcohólicas en el artículo 7.2 del Código FEBE, el cual, como hemos visto, recoge la obligación de incluir el mensaje de consumo responsable desarrollado por la propia industria, y que deberá ir acompañado, igualmente, de la mención a la graduación alcohólica del producto publicitado a la que se refiere, asimismo, el artículo 6.2 del Código FEBE, según el cual *“la publicidad que sea visualmente perceptible –salvo aquella en la que se difunda un patrocinio o publicidad corporativa, cuando no se promuevan productos o el consumo-, informará en un formato claramente legible por sus destinatarios sobre la graduación alcohólica de la bebida publicitada en las condiciones previstas en el artículo 7”.*

3.- Pues bien, en el caso que ahora nos ocupa, un simple visionado de la publicidad analizada, permite comprobar que en ella no se incluye ni el mensaje de consumo responsable ni tampoco referencia alguna a la graduación alcohólica de la bebida promocionada. Por consiguiente, resulta evidente que la publicidad reclamada vulnera los artículos 6.2 y 7.2 del Código FEBE, en la medida en que la inclusión de los referidos mensajes es de carácter obligatorio para la reclamada.

En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la publicidad reclamada infringe los artículos 6.2 y 7.2 del Código de Autorregulación Publicitaria de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE).

4.- Por lo demás, frente a esta conclusión no cabe oponer, como hace la reclamada en su escrito, que la comunicación comercial reclamada no promueve el licor DYC, sino que simplemente promociona visitas a la destilería en la que se elabora ese producto. En efecto, es cierto que el anuncio que analizamos promueve e invita a realizar visitas a la destilería del whisky DYC situada en Molino del Arco, la cual se describe con detalle. No lo es menos, sin embargo, que en ella se promueve también de forma clara e inequívoca el whisky (esto es, el producto DYC) que en ella se elabora. Así lo demuestra -en primer término- el hecho de que en dos de las cuatro fotografías que se insertan en el anuncio aparezca la imagen de una botella del producto en una de ellas y de doce botellas en la otra. Y así lo demuestran también, en segundo lugar, las múltiples referencias explícitas y elogiosas que se vierten en la publicidad sobre el whisky Dyc; por ejemplo: *“un whisky con calidad escocesa pero con genuina historia española”, “el whisky se fabrica con materias primas de la región y agua del río Eresma”, “DYC es el primer whisky patrio, destilado con conocimiento*



y espíritu escocés”, “La clave para conseguir un whisky de calidad está en el cereal de la región”, etc.

Por tanto, a la vista de todo ello y pese a la alegación realizada por la reclamada, resulta evidente para este Jurado que en la publicidad que nos ocupa no se promueven únicamente visitas a una destilería. Antes al contrario, nos encontramos ante un mensaje publicitario en el que también se promueve el whisky DYC comercializado por la reclamada. Razón por la cual la publicidad reclamada debe incluir los mensajes antes referidos exigidos por los artículos 6.2 y 7.2 del Código FEBE.

Por las razones expuestas, la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Maxxium España, S.L. (Beam Global).

2º.- Declarar que la publicidad reclamada infringe los artículos 6.2 y 7.2 del Código de Autorregulación Publicitaria de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE).

3º.- Instar al anunciante la rectificación de la publicidad reclamada en los términos previstos en los fundamentos deontológicos de la presente resolución.

4º.- Imponer a Maxxium España, S.L (Beam Global) el pago de los gastos generados por la tramitación del presente procedimiento, de conformidad con las tarifas oficiales aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.