

Limitaciones a la publicidad y a la promoción del consumo de bebidas alcohólicas

Artículo 26. Publicidad en materia de bebidas alcohólicas.

La publicidad de bebidas alcohólicas deberá respetar, en todo caso, las siguientes limitaciones:

1.- No podrá estar dirigida específicamente a personas menores de edad o embarazadas, ni en particular presentar a personas menores de edad o a gestantes consumiendo bebidas alcohólicas.

2.- Queda prohibida la utilización de la imagen y de la voz de personas menores de edad en la publicidad de bebidas alcohólicas, no pudiendo aquellas protagonizar ni figurar, de ningún modo, en los anuncios e informaciones publicitarios.

3.- No deberá asociarse el consumo de alcohol a una mejora del rendimiento físico, a la conducción de vehículos o al manejo de armas, ni dar la impresión de que dicho consumo contribuye al éxito social o sexual, ni sugerir que tiene propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante, o que constituye un medio para resolver conflictos. Tampoco podrá asociarse este consumo a prácticas educativas, sanitarias o deportivas.

4.- No deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad, ni subrayar como cualidad positiva de las bebidas su alto contenido alcohólico.

5.- Solo se podrán hacer reproducciones gráficas de las marcas o nombres comerciales que estén debidamente registrados, a los cuales en todo caso deberá ir unida la mención, con caracteres bien visibles, de los grados de alcohol de la bebida a que se refieren.

Artículo 27. Promoción de bebidas alcohólicas.

1.- Cuando la actividad de promoción del consumo de bebidas alcohólicas superiores a 20 grados se lleve a cabo con ocasión de ferias, muestras y actividades similares, la promoción se realizará en espacios diferenciados y separados, y no se permitirá el acceso a las personas menores de edad que no vayan acompañadas de personas adultas. En la entrada se deberá colocar un cartel que advierta de tal prohibición.

2.- Queda prohibido cualquier tipo de promoción que pueda inducir al consumo abusivo de bebidas alcohólicas, especialmente las que puedan incitar a ello por medio de ofertas, premios, sorteos, concursos o rebajas de sus precios en el interior de los establecimientos donde esté autorizada su venta para el consumo en el propio local.

3.- Se prohíbe la promoción de bebidas alcohólicas mediante la difusión a menores de edad, por cualquier medio, de prospectos, carteles, invitaciones u otra clase de objeto en el que se mencionen bebidas alcohólicas, sus marcas o sus empresas productoras o los establecimientos en los que se realice su consumo.

Artículo 28. Publicidad exterior e interior en materia de bebidas alcohólicas.

1.- Queda prohibida la publicidad exterior de bebidas alcohólicas, de más de 20 grados, entendiéndose por tal aquella publicidad susceptible de atraer, mediante imagen, sonido o cualquier otro medio, la atención de las personas que permanezcan o discurran por ámbitos de utilización general o en lugares abiertos.

Además, queda prohibida la publicidad exterior de bebidas alcohólicas en soportes ubicados a una distancia inferior a 100 metros lineales de la puerta de acceso de los centros educativos de Educación Infantil, Primaria y Secundaria.

Quedan exceptuadas de estas prohibiciones las señales indicativas propias de los puntos de producción y venta legalmente autorizados, que estarán sometidas, no obstante, a las limitaciones del artículo 26.

2.- Se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas en los siguientes locales públicos:

a) Aquellos destinados a un público compuesto predominantemente por menores de 18 años.

b) Centros sanitarios, sociales, sociosanitarios y docentes, así como sus accesos.

c) Cines y locales donde se celebren espectáculos.

d) Interior de los transportes públicos, estaciones y locales de los puertos y aeropuertos destinados al público.

e) Dependencias de las administraciones públicas.

3.- Se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas de más de 20 grados en instalaciones y centros deportivos.

4.- Queda prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas mediante su distribución por buzones, por correo, por teléfono, por medios telemáticos y, en general, mediante mensajes que se envíen a un domicilio, salvo que estos vayan dirigidos nominalmente a mayores de 18 años, o que dicha publicidad no supere el 30%, en relación con el conjunto del soporte publicitario.

Artículo 29. Publicidad de bebidas alcohólicas en medios de comunicación.

1.- Los periódicos, revistas y demás publicaciones, así como cualquier medio de comunicación auditivo, visual o audiovisual, sea impreso, electrónico o digital, editados en Euskadi, estarán sometidos a las siguientes limitaciones:

a) Se prohíbe la inclusión en ellos de publicidad de bebidas alcohólicas, si van dirigidos a personas menores de 18 años.

b) En los demás casos, se prohíbe que la publicidad de bebidas alcohólicas aparezca en la primera página, en las páginas de deportes, en las que contengan espacios dirigidos a personas menores de 18 años y en las dedicadas a pasatiempos.

2.- Se prohíbe la emisión de programas de televisión desde los centros emisores de televisión ubicados en Euskadi y realizados en la comunidad autónoma en los que las personas que presentan el programa, o quienes sean entrevistadas, aparezcan junto a bebidas alcohólicas o mencionen sus marcas, nombres comerciales, logotipos y otros signos identificativos o asociados a tales productos.

3.- Queda prohibida la emisión de publicidad de bebidas alcohólicas desde los centros emisores de radio ubicados en Euskadi, en el horario comprendido entre las 08:00 y las 22:00 horas.

4.- Queda prohibida la emisión de publicidad de bebidas alcohólicas, incluidos los denominados de publicidad por emplazamiento, desde los centros de televisión ubicados en Euskadi en el horario comprendido entre las 08:00 y las 22:00 horas.

Se entiende por publicidad por emplazamiento aquella técnica publicitaria utilizada sobre todo en los medios de comunicación audiovisuales, que consiste en la inserción del producto, marca o mensaje dentro del contenido del programa.

Artículo 30. Otras formas de publicidad en materia de bebidas alcohólicas.

1.- Se prohíbe la publicidad de marcas, objetos o productos que, por su denominación, vocabulario, grafismo o modo de presentación o cualquier otra causa, puedan derivar de forma indirecta o encubierta en publicidad de bebidas alcohólicas.

2.- Se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas con ocasión o mediante el patrocinio de actividades educativas o sociales, o a través de promociones, tales como concursos, rifas y otras formas similares de inducción al consumo.

3.- Se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas de más de 20 grados con ocasión o mediante el patrocinio de actividades deportivas y culturales.

En cualquier caso, queda prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas con ocasión o mediante el patrocinio de actividades deportivas y culturales dirigidas mayoritariamente a personas menores de edad.