Mensaje 103

Comunicación de la Comisión - TRIS/(2024) 1046

Directiva (UE) 2015/1535

Notificación: 2024/0032/BE

Retransmisión de las observaciones de un Estado miembro (Spain) (artículo 5, apartado 2, de la directiva (UE) 2015/1535). Estas observaciones no amplían el plazo de statu quo.

MSG: 20241046.ES

1. MSG 103 IND 2024 0032 BE ES 22-07-2024 17-04-2024 ES COMMS 5.2 22-07-2024

2. Spain

3A. Ministerio de Asuntos Exteriores, UEy Cooperación
DG de Coordinación del Mercado Interior y Otras Políticas Comunitarias
SG de Asuntos Industriales, Energéticos, de Transportes y Comunicaciones, y de Medio Ambiente

3B. Comisión Interministerial para la Ordenación Alimentaria
Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición.
Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

4. 2024/0032/BE - C50A - Productos alimenticios

5. artículo 5, apartado 2, de la directiva (UE) 2015/1535

6. En el marco de la Directiva 2015/1535, el Gobierno de Bélgica notificó, con fecha 19 de enero de 2024, el proyecto de Real Decreto sobre publicidad de bebidas que contengan alcohol (2024/0032/BE).

Su examen ha llevado a las autoridades españolas a la emisión de las siguientes observaciones según lo establecido en el artículo 5.2 de la citada directiva:

Este proyecto de Real Decreto abarca tres aspectos principalmente:
1. prohíbe la publicidad de bebidas que contienen alcohol en los medios destinados principalmente a menores de edad.
2. prohíbe la distribución gratuita de bebidas que contienen alcohol, excepto con la compra de una bebida que contiene alcohol y durante las degustaciones.
3. impone la mención de una advertencia sanitaria, cuyo contenido y forma serán establecidas por el ministro, en toda la publicidad de bebidas que contienen alcohol.

En opinión de España, es necesario aclarar algunos aspectos del proyecto de Real Decreto comunicado por Bélgica:

1. En primer lugar, y para la adecuada aplicación del texto, es fundamental definir correctamente el ámbito de aplicación del proyecto de Real Decreto.

El art.1 del proyecto establece una definición para el término “Publicidad” con la que se pretende cubrir aspectos relativos a la prestación de servicios de comunicación audiovisual y aspectos que van más allá de estos servicios, como es el uso de un logotipo o una marca. Este aspecto, en el caso de referirse a mercancías podría afectar al etiquetado o marcado de los productos.

Para aspectos relacionados con la prestación de servicios de comunicación audiovisual, la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual ofrece definiciones precisas que se deberían utilizar en este RD. Estas definiciones se han armonizado en la UE y los EE.MM. están familiarizados facilitando la aplicación de la legislación y evitando divergencias entre ellos.

En cuanto a la publicidad que puede afectar a bienes, como son las bebidas alcohólicas, el Reglamento de 1169/2011 apunta a la definición de «publicidad» del artículo 2, letra a), de la Directiva 2006/114/CE entendiéndose como tal toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover el suministro de bienes o la presentación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, los derechos y las obligaciones.

Dado que para cualquiera de los dos ámbitos existe una definición del término “publicidad” a nivel europeo, el proyecto de RD belga debería hacer referencia a una de ellas o las dos si fuese el caso.

Puesto que en el RD se menciona que la colocación de una marca o logotipo se considerará publicidad, es importante conocer si se está haciendo referencia con ello al marcado de bienes. Si fuera el caso, la obligación impuesta en el art. 7 implicaría que, si se utiliza el logotipo o la marca tanto en una bebida, ya sea alcohólica o no, como en cualquier otro tipo de producto (ropa, vasos, posavasos, etc.) sería necesario incluir una advertencia sanitaria, concretamente la que establezca el Ministro belga. En muchos productos, por la forma de presentación, el uso de marcas y logotipos están directamente relacionados con aspectos de etiquetado, por lo que esta medida supondría, bien la modificación del etiquetado o bien la modificación del producto en sí mismo (como sería el caso de ropa, vasos, etc.). Como consecuencia los operadores económicos de otros EE.MM. que quisieran comercializar sus productos en el mercado belga tendrían que asumir costes adicionales convirtiéndose en una medida gravosa para ellos a diferencia de para los operadores que comercializan sus productos en Bélgica.

2. En segundo lugar, con respecto al art. 7 que recoge que Toda publicidad de bebidas que contengan alcohol contendrá un mensaje de información sanitaria, cuyo contenido y forma serán establecidos por el Ministro y que Solo podrán mencionarse en los anuncios los mensajes de información sanitaria establecidos por el Ministro; se prohíbe cualquier otro mensaje de información sanitaria, eslogan educativo u otra formulación, hay que tener en cuenta que, debido a la falta de claridad del ámbito de aplicación del RD, éste podría acabar aplicándose a distintos bienes, como las propias bebidas alcohólicas. Es decir, no queda claro si el objetivo es regular la publicidad de bebidas que contenga alcohol o también el comercio de bebidas alcohólicas.

Por otro lado, aunque no existe actualmente legislación armonizada en este sentido, el establecimiento de una información sanitaria obligatoria iría en contra de otras iniciativas que se pretenden desarrollar a nivel europeo como es el caso de la propuesta para un etiquetado obligatorio sobre advertencias sanitarias en las bebidas alcohólicas, que se recoge en Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo en el marco del Europe's Beating Cancer Plan .

Además, en el caso de la aplicación a bebidas alcohólicas de este proyecto de RD, la prohibición de utilización de cualquier otra información sanitaria, eslogan educativo u otra formulación supone un obstáculo al comercio de productos procedentes de otros EE.MM. que tendrían que adaptar su etiquetado al mercado belga incurriendo en costes adicionales difíciles de asumir. Ello supondrá un desincentivo para que fabricantes de otros EE.MM. comercialicen sus productos en Bélgica, constituyéndose en la práctica en una restricción encubierta del comercio y todo ello sin que la medida está suficientemente justificada.

3. En tercer lugar, el proyecto de decreto belga suscita problemas de interpretación. En concreto, el art. 6, sobre la prohibición de ofrecer bebidas gratuitas que contengan alcohol en el marco de una campaña promocional, salvo cuando el consumidor compre una bebida que contenga alcohol y en el marco de degustaciones, no deja claro si la salvedad se hace para las campañas promocionales en las que el consumidor compre una bebida y para las campañas promocionales que impliquen degustaciones o si la salvedad únicamente está hecha para campañas promocionales en las que el consumidor compre una bebida y además, se trata de campañas que incorporan degustaciones. En cualquier caso, no se

entiende la excepción de que el consumidor tenga que comprar una bebida que contenga alcohol para que le puedan ofrecer gratuitamente bebidas que contengan alcohol en el marco de una campaña promocional. Según se indica la medida busca no inducir a los consumidores a consumir una bebida alcohólica que no hayan elegido comprar, pero por el contario la medida propuesta podría promover comprar una bebida alcohólica para poder consumir otra bebida alcohólica que ofrecen de forma gratuita. Además, en el marco de degustaciones, probar el producto antes de la compra puede ser determinante tanto para comprarlo como para dejar de hacerlo.

4. Por último, de tratarse de una medida que pueda afectar a mercancías como podría ocurrir con la actual redacción, sería necesario la incorporación de una cláusula de Reconocimiento Mutuo.

En consecuencia, se solicita a las autoridades belgas:
• Aclaración sobre el ámbito de aplicación del proyecto de Real Decreto. Por ejemplo, si la colocación del logo de una marca en una botella lista para la venta sería considerada publicidad, o si la colocación del logo en camisetas, vasos… implicaría también la necesidad de incluir la frase de advertencia (aún a definir por el Ministro belga).
• Aclaración sobre si se pretende prohibir cualquier advertencia sanitaria diferente a la frase del Ministro belga (por ejemplo, pictogramas de embarazadas, la frase “Wine in moderation” de la campaña patrocinada por la UE…)
• Aclaración sobre la prohibición de oferta gratuita de una bebida alcohólica en el marco de una degustación, ya que la frase parece confusa.
• Inclusión de una cláusula de reconocimiento mutuo.

****
Comisión Europea
Punto de contacto Directiva (UE) 2015/1535
email: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu