

Las agencias de publicidad se enfrentan a la estrategia de Lidl

La Aeacp denunciará al grupo por imponer cláusulas abusivas

JAVIER L. NORIEGA *Madrid*

Las agencias de publicidad se plantan con Lidl. La Aeacp, la asociación que agrupa a las principales empresas del sector en España, anunció ayer que prepara una denuncia contra la cadena de supermercados por la inclusión de cláusulas abusivas en la convocatoria para el último concurso creativo hecho por el grupo alemán.

Los abogados de la asociación están estudiando el caso para decidir si, finalmente, llevarán el caso ante los tribunales ordinarios (por la vía administrativa) o ante la Comisión Nacional de la Competencia.

Además, si la Aeacp mantiene la política que siguió con la última convocatoria de la DGT, por la que también protestaron por algunas de las condiciones de la adjudicación, solicitará a sus asociadas que no acudan a la convocatoria de Lidl.

Una decisión sería, ya que la asociación agru-

pa a medio centenar de agencias de la talla de Publicis, Tapsa, Contrapunto o Bassat, por ejemplo, que concentran el 80% de la inversión publicitaria en España.

¿Cuál es la cláusula de la discordia? Exactamente, la que figura en el punto número 7 de las bases de la convocatoria presentada por los supermercados: "Lidl se reserva el derecho de utilización de todas las obras presentadas. Todas las agencias, por el hecho de concursar, ceden todos los derechos sobre su obra a Lidl".

"Desde la asociación hemos decidido que, si Lidl no modifica las bases de concurso, interpondremos acciones legales, dado que consideramos que se trata de una gran falta de respeto hacia la propiedad intelectual y los derechos de las agencias", avanzó el director general de la Aeacp, Carlos Rubio, a este diario. A su juicio, la actuación de Lidl afecta al buen funcionamiento del mercado y supone "un comportamiento desleal".

En la asociación solo recuerdan un caso similar, de



Un cliente tras comprar en Lidl. BLOOMBERG

hace cuatro años, protagonizado por Iberia.

Este diario se puso en contacto con Lidl para tratar de recabar su versión sobre este asunto sin éxito.

Lidl ha convocado a las agencias de publicidad al *pitch* creativo de 2012, cuya presentación tendrá lugar el próximo día 28 en las oficinas del grupo en Montcada i Reixac (Barcelona). El concurso está abierto, exclusivamente, a agencias de publicidad de España o cualquier país iberoamericano de habla española.