

ACUERDO INTERPRETATIVO SOBRE LA PUBLICIDAD DE LAS PROPIEDADES DE LOS ALIMENTOS EN RELACIÓN CON LA SALUD.

MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO – FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS,

FINALIDAD Y AMBITO DE APLICACIÓN

El presente Acuerdo se aplica a la publicidad de las propiedades de los alimentos en relación con la salud.

La publicidad de las propiedades de los alimentos en relación con la salud se encuentra regulada por el Real Decreto 212/92, Norma General de Etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios y por el Real Decreto 1907/96 sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.

El Real Decreto 212/92 (Norma General de Etiquetado) en su artículo 4. establece:

"El etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán:

1. Ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente:

(...)

4. atribuyendo a un producto alimenticio propiedades preventivas, terapéuticas o curativas de una enfermedad humana, ni mencionando dichas propiedades sin perjuicio de las disposiciones aplicables a las aguas minerales y a los productos alimenticios destinados a una alimentación especial".

De acuerdo con este artículo a los productos alimenticios no se les pueden atribuir indicaciones preventivas, terapéuticas o curativas de una enfermedad humana. Los productos alimenticios pueden poseer propiedades fisiológicas o nutritivas y declararlas, siempre que respeten los principios del Real Decreto 212/92.

Quedan **excluidas del campo de aplicación** de este Acuerdo Voluntario:

- Las alegaciones que atribuyan a un producto alimenticio propiedades **preventivas, terapéuticas, o curativas** de una enfermedad humana o que las mencionen.

- Las alegaciones relativas a los **preparados alimenticios para regímenes dietéticos y/o especiales**, en sus diversas categorías, que se regirán por el Real Decreto 2685/76, por el que se aprueba la RTS, así como por la legislación específica que se establezca mediante Reglamentaciones Técnico-Sanitarias de acuerdo con lo dispuesto en el anexo del Real Decreto 1809/91 que modifica la RTS citada.

- Las alegaciones relativas a las **aguas de bebida envasadas**, que se regirán por el Real Decreto 1164/91 por el que se aprueba la RTS para la elaboración, circulación y comercio de aguas de bebida envasadas.

- Quedan también excluidas del ámbito de aplicación de este documento, las **declaraciones de propiedades nutritivas** (también conocidas como "alegaciones nutricionales") del tipo: "contiene vitamina A", "con calcio", ... que están reguladas por la Norma de etiquetado sobre propiedades nutritivas de los productos alimenticios Real Decreto 930/92 y se realizan de acuerdo con lo en él establecido.

Las alegaciones de salud de acuerdo con la definición establecida en el siguiente apartado a los efectos de este acuerdo (en contraposición a las preventivas, terapéuticas o curativas de una enfermedad humana) no están prohibidas. Existen diferencias de interpretación sobre donde se sitúa la frontera entre ambas, siendo el objeto de este documento trazarla de una forma clara y operativa.

El presente Acuerdo Interpretativo voluntario establece un marco clarificador para aquella publicidad de los alimentos relativa a las propiedades de los mismos en relación con la salud, de manera que los responsables de esta publicidad conozcan los límites dentro de los cuales pueden realizar sus alegaciones.

Para ello se ha elaborado una lista de ejemplos de alegaciones no permitidas, en función de su contenido y en función también, del valor que tiene cada palabra utilizada. Casi ningún individuo reacciona fisiológicamente exactamente de la misma forma ante estímulos similares. Por ello no es aceptable la utilización de palabras categóricas que den por hecho la acción beneficiosa. En consecuencia las palabras "facilitar", "favorecer", "ayudar", etc, indican, simplemente, que con ese principio es más fácil conseguir un objetivo determinado, pero no se prejuzga su consecución, que puede depender de otros muchos factores.

En el supuesto de que existan dudas sobre si ciertas alegaciones se ajustan a lo establecido en este Acuerdo Interpretativo se podrán someter a informe de la Comisión Seguimiento, creada de acuerdo con lo establecido en el último apartado de este Acuerdo.

La utilización voluntaria de este Acuerdo Interpretativo por las partes firmantes se realiza sin perjuicio de la normativa vigente en la materia, a la que no sustituye, quedando, por tanto, abierta la posibilidad de utilizar las vías jurisdiccionales contempladas en ella.

DEFINICIÓN DE ALEGACIÓN SALUD

Se entiende por alegación salud, a los efectos de este acuerdo, toda alegación relativa a:

- la función de uno o varios nutrientes o constituyentes de un alimento en el organismo humano,
- el efecto de uno o varios productos alimenticios en la salud, o
- hábitos de alimentación saludables

REQUISITOS GENERALES PARA REFORZAR EL DERECHO DEL CONSUMIDOR A UNA INFORMACIÓN VERAZ Y LEAL EN RELACION CON LA SALUD

A. Cuando se haga una alegación en relación con la salud deberá disponerse de las pruebas científicas que demuestren la **veracidad y la exactitud** de los elementos objetivos enunciados o sugeridos.

B. El **nutriente o constituyente**, que de origen a la alegación deberá estar presente, o ausente en su caso, en una **cantidad significativa** para la función o propiedad que se le atribuya.

C. La declaración de propiedades en publicidad impresa y en etiquetado deberá ir acompañada de una mención relativa a la importancia de consumir una **dieta equilibrada y variada**, para satisfacer las necesidades nutricionales (ejemplo: se recomienda una alimentación variada y equilibrada).

D. No se sugerirá que una marca determinada de productos alimenticios **produce efectos particulares** en el organismo cuando los productos similares, producen esos mismos efectos.

E. Cuando se realice una alegación salud, se **cumplirán los requisitos respecto al etiquetado nutricional del Real Decreto 930/92**.

EJEMPLOS DE ALEGACIONES NO PERMITIDAS

A continuación se hace una relación en la que, sin carácter exhaustivo y a título de ejemplo, se incluyen ciertas alegaciones que se consideran no permitidas (dado que la relación es meramente ilustrativa, de ninguna manera podrá entenderse que cualquier alegación que no aparezca en ella está permitida).

Se destaca en negrita el término por el que se consideran no permitidas.

Efecto o acción regeneradora	Evita o sustituye la medicación
Efecto o acción tonificante	Te ayuda a protegerte de las infecciones intestinales
Efecto o acción relajante	Cura el estreñimiento
El consumo habitual de X disminuye el riesgo de padecer...	Te ayuda a luchar contra la osteoporosis
Evita o sustituye un tratamiento médico	Estimula el sistema inmunológico
Favorece tus defensas naturales	Facilita la eliminación del colesterol
Te protege contra X enfermedad	Facilita una correcta osificación

La fibra **previene el cáncer de colon**

Las naranjas de la marca X están recomendadas por la OMS

El producto X te ayuda a **adelgazar**

El consumo habitual de X esta recomendado para **luchar contra los cálculos renales**

(...)

COMISION DE SEGUIMIENTO

DEL ACUERDO INTERPRETATIVO SOBRE LA PUBLICIDAD DE LAS PROPIEDADES DE LOS ALIMENTOS EN RELACIÓN CON LA SALUD

La Comisión de Seguimiento del "Acuerdo Interpretativo sobre la Publicidad de las Propiedades de los Alimentos en Relación con la Salud", (en adelante: Comisión de Seguimiento) estará integrada por: el Director General de Salud Pública, del Ministerio de Sanidad y Consumo; El Subdirector General de Higiene de los Alimentos, del Ministerio de Sanidad y Consumo; el Secretario General de la FIAB y el Director del Departamento de Derecho Alimentario de la FIAB.

En el supuesto de que existan dudas sobre si ciertas alegaciones en relación con salud se ajustan a lo establecido en este Acuerdo Interpretativo se podrán someter, previamente a su difusión, a informe de la Comisión de Seguimiento.

Si el responsable de la alegación lo solicitara, se le dará audiencia para que la justifique ante la Comisión de Seguimiento.

La Comisión de Seguimiento responderá a las consultas que, se le sometan, relativas a la publicidad de las propiedades de los alimentos en relación con la salud, en un periodo máximo de 10 días naturales. Al término de este plazo, en caso de que no haya habido respuesta indicando las modificaciones necesarias, entendiéndose la conformidad de la Comisión de Seguimiento, la publicidad podrá ser difundida.

CLAUSULA DE REVISIÓN

El presente Acuerdo será objeto de revisión periódica con la finalidad de adaptarlo a la experiencia que se adquiera del funcionamiento de la Comisión de Seguimiento.

El presente acuerdo, aceptado y ratificado por las partes, se firma por triplicado en la sede del Ministerio de Sanidad y Consumo, en Madrid, a 20 de marzo de 1998.

Por la Federación Española de
Industrias de Alimentación y Bebidas
Fdo: Jorge Jordana Buttica de Pozas
SECRETARIO GENERAL

Por la Dirección General de Salud
Pública del Ministerio de Sanidad y Consumo
Fdo: Juan José Francisco Polledo
DIRECTOR GENERAL DE SALUD PÚBLICA