

Resumen de la Resolución: **Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) vs. Balneario y Aguas Solán de Cabras, S.L. “Mundo de Salud”**

Resolución de 1 de octubre de 2009 de la Sección Quinta del Jurado por la que se estima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad difundida en prensa de la que es responsable la compañía Balneario y Aguas Solán de Cabras, S.L.

El anuncio promociona el producto “agua Solán de Cabras” e incluye la fotografía de una botella de agua junto con la alegación “*Sumérgete en el mundo de la salud. Solán de Cabras. Mucho más que agua.*”

En la medida en que el anuncio reclamado incluye una declaración general de propiedades saludables sin que esta vaya acompañada de una declaración específica sobre los beneficios del alimento promocionado en la salud, la Sección Quinta concluye que la alegación reclamada vulnera la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria (respeto a la legalidad vigente) en relación con el artículo 10.3 del Reglamento 1924/2004.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Texto completo de la Resolución de la Sección Quinta del Jurado: **Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) vs. Balneario y Aguas Solán de Cabras, S.L.**
“Mundo de Salud”

En Madrid, a 1 de octubre de 2009, reunida la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. M^a. Teresa de Gispert Pastor 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 compañía Balneario y Aguas Solán de Cabras, S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El 21 de septiembre de 2009, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC), presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Balneario y Aguas Solán de Cabras, S.L. (en adelante, Solán de Cabras).

2.- La publicidad reclamada consiste en un anuncio difundido en prensa (Diario El País), en el que se promociona el producto “agua Solán de Cabras”. En la parte inferior de la última página del diario se inserta la publicidad que incluye la fotografía de una botella de agua, junto con la alegación *“Sumérgete en el mundo de la salud. Solán de Cabras. Mucho más que agua.”*

3.- Considera la Asociación reclamante que dicha publicidad contraviene la legislación vigente y, por ende, el Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol, en referencia a la alegación *“Sumérgete en el mundo de la salud”*. En concreto, AUC alega un incumplimiento del Reglamento (CE) número 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, cuyo artículo 2.2.5 señala que *“Se entenderá por «declaración de propiedades saludables» cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que existe una relación entre una categoría de alimentos, un alimento o uno de sus constituyentes, y la salud”*. Sostiene la reclamante que Solán de Cabras ha incumplido el artículo 10 del referido Reglamento, el cual recoge las condiciones específicas que deben reunir las declaraciones de propiedades saludables, detallándose en el apartado 3 que *“la referencia a beneficios generales y no específicos del nutriente o del alimento para la buena salud general o el bienestar relativo a la salud podrá hacerse solamente si va acompañado de una declaración de propiedades saludables específica incluida en las listas previstas en el artículo 13 ó 14”*.

En consecuencia, la reclamante solicita al Jurado de la Publicidad que declare ilícita la publicidad reclamada y requiera a la reclamada su cese o rectificación.

4.- Trasladada la reclamación a Solán de Cabras, dicha compañía ha presentado escrito de contestación, defendiendo la licitud de la alegación *“Sumérgete en el mundo de la salud”*. Manifiesta Solán de Cabras que dicha expresión constituye una declaración de propiedades saludables, según la definición dada por el artículo 2.2.5 del Reglamento (CE) n° 1924/2006



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables de los alimentos. Sin embargo –añade- no comparte con la reclamante que la misma suponga una vulneración del artículo 10.3 del mencionado Reglamento, en tanto que el etiquetado de dicho producto contiene la siguiente mención: *"Agua de mineralización débil. Ideal para dietas pobres en sodio y alimentación infantil"*, *"El Agua Solán de Cabras cumple con las recomendaciones de la Asociación Española de Dietistas y Nutricionistas"*. Es indudable –sostiene- que dichas indicaciones destacan los beneficios derivados del consumo del producto Agua Mineral Natural Solán de Cabras para la salud.

5.- Sostiene asimismo Solán de Cabras que tal y como indica el Reglamento, *"La referencia a beneficios generales y no específicos del alimento para la buena salud general o el bienestar relativo a la salud, podrá hacerse solamente si va acompañada de una declaración de propiedades saludables específica incluida en las listas previstas en el artículo 13 y 14"*). De este modo, entiende la reclamada que, en tanto que dichas listas a las que se refiere el artículo precedente no han sido aprobadas, la publicidad ahora analizada no vulnera el Reglamento en este punto.

De otro lado, –añade la reclamada- la leyenda *"Sumérgete en el mundo de la salud"* cuestionada, se adecua al Reglamento en lo que se refiere al artículo 5, que determina las condiciones para que se autorice el uso de declaraciones de propiedades saludables: el efecto benéfico –sostiene- debe estar acreditado mediante pruebas científicas generalmente aceptadas. En este sentido –alega- numerosos estudios científicos acreditan que la ingesta de agua es beneficiosa para la salud, pues el agua de mineralización débil (como es el caso de Solán de Cabras) tiene un mayor efecto diurético y, en consecuencia, facilita la eliminación de toxinas. Por eso está recomendada para dietas pobres en sodio. De otro lado –alega- el agua "Solán de Cabras" cumple con las recomendaciones de la Asociación Española de Dietistas y Nutricionistas, la Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia y la Asociación Española de Pediatría.

En virtud de lo anterior, Solán de Cabras solicita que se desestime la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a la leyenda *"Sumérgete en el mundo de la salud"* y que se declare con carácter general la licitud de la misma.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, debe advertirse que en la medida en que la reclamación que ahora nos ocupa se dirige contra una empresa que no es socia de Autocontrol, la presente resolución carece de carácter vinculante para la misma.

A este respecto, debe indicarse que como en el resto de los organismos de autorregulación publicitaria existentes en todos los países del entorno UE, y con el fin de crear sistemas abiertos a la sociedad, el Jurado de la Publicidad tiene encomendada la resolución de aquellas controversias que le sean presentadas por cualquier persona física o jurídica con un interés legítimo, contra piezas publicitarias tanto de empresas asociadas como de terceros. Sin embargo, las resoluciones que dirimen tales controversias sólo tienen fuerza vinculante para los asociados, que voluntariamente han manifestado su adhesión al Código de Conducta Publicitaria que rige los pronunciamientos del Jurado. Por el contrario, frente a una entidad como la reclamada, no adherida al sistema de autodisciplina, tal resolución constituye una mera opinión,



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

no vinculante, sobre la corrección ética y deontológica de la campaña publicitaria en cuestión, emitida por expertos en la materia.

En todo caso, no puede desconocerse que la mayor parte de las resoluciones que emite este Jurado son cumplidas de forma voluntaria incluso por aquellas empresas que no tienen la condición de asociadas al sistema. Probablemente este hecho se explique por la reconocida fuerza moral de que gozan tales resoluciones. Esta fuerza moral se derivaría del acreditado y reconocido prestigio de los miembros del Jurado, y del respaldo legal otorgado al sistema de autodisciplina o autocontrol, tanto a nivel comunitario (véase el Considerando 18, y los artículos 6 y 8 de la Directiva 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa; Exposición de Motivos y artículos 16 y 17 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, de comercio electrónico) como estatal (véase la Exposición de Motivos de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; Disposición Adicional Tercera de la Ley 22/1999, de modificación de la Ley 25/1994 de "Televisión sin fronteras"). Con toda probabilidad, es esta misma fuerza moral la que explica también la coincidencia sustancial existente entre las resoluciones del Jurado y las decisiones de Jueces y Tribunales en aquellos casos en los que, de forma consecutiva, los mismos hechos han sido conocidos por éstos.

2.- Ya en el fondo del asunto planteado, parte el Jurado de la premisa de que la publicidad reclamada contiene una declaración de propiedades saludables (*"Sumérgete en el mundo de la salud"*) según la definición contenida en el artículo 2.2 5) del Reglamento 1924/2006. En efecto, dicho artículo establece que *"se entenderá por declaración de propiedades saludables, cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que existe una relación entre una categoría de alimentos, un alimento o uno de sus constituyentes, y la salud"*. Ante la definición que acaba de exponerse, la expresión *"Sumérgete en el mundo de la salud"*, referida al agua *Solán de Cabras*, ha de ser considerada una declaración de propiedades saludables. Por lo demás, este aspecto ha sido admitido por ambas partes.

3.- La controversia, sin embargo, se plantea a la hora de determinar las "condiciones específicas" para la utilización de "declaraciones de propiedades saludables" establecidas en el artículo 10 del Reglamento 1924/2006. El citado precepto dispone lo siguiente:

"Artículo 10. Condiciones específicas 1. Se prohibirán las declaraciones de propiedades saludables a no ser que se ajusten a los requisitos generales del capítulo II y a los requisitos específicos del presente capítulo y estén autorizadas de conformidad con el presente Reglamento e incluidas en las listas de declaraciones autorizadas previstas en los artículos 13 y 14.

2. Solamente se permitirán las declaraciones de propiedades saludables si se incluye la siguiente información en el etiquetado o, de no existir éste, en la presentación y la publicidad:
a) una declaración en la que se indique la importancia de una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable; b) la cantidad de alimento y el patrón de consumo requeridos para obtener el efecto benéfico declarado; c) en su caso, una declaración dirigida a las personas que deberían evitar el consumo del alimento; y d) una advertencia adecuada en relación con los productos que pueden suponer un riesgo para la salud si se consumen en exceso.

3. La referencia a beneficios generales y no específicos del nutriente o del alimento para la buena salud general o el bienestar relativo a la salud podrá hacerse solamente si va acompañada de una declaración de propiedades saludables específica incluida en las listas previstas en el artículo 13 ó 14.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

4. En su caso, las directrices para la aplicación del presente artículo podrán adoptarse de acuerdo con el procedimiento contemplado en el artículo 25, apartado 2, y, en caso necesario, en consulta con las partes interesadas, en particular explotadores de empresas alimentarias y grupos de consumidores”.

4.- A la luz del precepto transcrito, el Jurado no puede compartir el argumento de Solán de Cabras en referencia a que la obligación de incluir una declaración de propiedades saludables específica que acompañe a una declaración de propiedades saludables de carácter general, puede quedar satisfecha con la inclusión de la declaración específica en el etiquetado del producto. En efecto, en la medida en que la publicidad incluye una referencia a beneficios generales para la salud (“*mundo de salud*”) la propia publicidad debe incluir la referencia específica que la acompañe (art.10.3), sin que las exigencias que debe cumplir el etiquetado (art.10.2) alteren en modo alguno aquella obligación. Para ilustrar esta conclusión nos remitimos a la Resolución del Pleno del Jurado de 13 de octubre de 2008 (Asunto AUC vs. Bimbo “Aceite de Oliva”), en la que ya se afirmó lo siguiente:

“No parece admisible confundir las exigencias del apartado 2 relativas al etiquetado, con la condición que deben cumplir las referencias a beneficios generales para la salud según el apartado 3. En efecto, el apartado 2 establece un contenido mínimo obligatorio para el etiquetado (y subsidiariamente presentación y publicidad) de aquellos productos sobre los que se realicen declaraciones de propiedades saludables. Ahora bien, estos requisitos del etiquetado no menoscaban el resto de condiciones que en cada caso deben cumplir las declaraciones de propiedades saludables.

Pues bien, el apartado 3 del artículo 10 establece una condición adicional que deben cumplir las declaraciones de propiedades saludables cuando constituyan una referencia a beneficios generales del alimento para la buena salud. La condición consiste en que la referencia a beneficios generales para la salud ha de ir acompañada de una declaración de propiedades saludables específica incluida en las listas previstas en el artículo 13 ó 14. Es decir, además de los requisitos dispuestos en los apartados 1 y 2 del artículo 10, si la declaración de propiedades saludables es de carácter general, ha de ir acompañada de una declaración de carácter específico.

Como hemos recordado en el primer fundamento deontológico, la publicidad controvertida incorpora una declaración de propiedades saludables (“más sano”). Esta declaración ha de ser considerada una referencia a beneficios generales del pan de molde Bimbo para la buena salud o el bienestar relativo a la salud, de modo que debe ir acompañada de una declaración de propiedades saludables específica.”

5.- Asimismo, alega Solán de Cabras la inexigibilidad de incluir una declaración de propiedades saludables específica por no estar todavía desarrolladas las listas previstas en los artículos 13 y 14 del Reglamento. Y defiende que como medida transitoria el artículo 28.5 del Reglamento 1924/2006 permitiría realizar declaraciones de propiedades saludables siempre que éstas estuviesen acreditadas mediante pruebas científicas generalmente aceptadas.

En efecto, las listas previstas en los artículos 13 y 14 no han sido todavía aprobadas, lo que hace necesaria la remisión a las medidas transitorias previstas en el artículo 28 y, en lo que ahora nos interesa, en su apartado 5: *A partir de la fecha de entrada en vigor del presente*



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Reglamento y hasta la adopción de la lista mencionada en el artículo 13, apartado 1, letra a), podrán efectuarse declaraciones de propiedades saludables a las que se refiere el artículo 13, apartado 3, bajo la responsabilidad de los explotadores de empresas alimentarias, siempre y cuando se ajusten a lo establecido en el presente Reglamento y a las disposiciones nacionales existentes que se les apliquen, y sin perjuicio de la adopción de las medidas de salvaguardia mencionadas en el artículo 24.

Pues bien, a la hora de rechazar los argumentos de Solán de Cabras en punto a la inaplicabilidad de la prohibición recogida en el artículo 10.3 del Reglamento en tanto no sean aprobadas las listas de declaraciones permitidas, hemos de remitirnos de nuevo a la Resolución del Pleno del Jurado de 13 de octubre de 2008 (Asunto AUC vs. Bimbo “Aceite de Oliva”). En efecto, en esta resolución el Jurado ya rechazó este argumento con las siguientes palabras:

“De esta norma se desprenden dos claras consecuencias. Así, en primer lugar, el régimen transitorio se prevé únicamente para las declaraciones de propiedades saludables específicas (reguladas en el artículo 13.1.a) en tanto no se apruebe la lista de declaraciones permitidas. Sin embargo, el régimen transitorio en modo alguno afecta a las declaraciones genéricas de propiedades saludables contempladas por el artículo 10, pues no en vano el régimen transitorio antes transcrito se refiere exclusivamente al art. 13.1.a).

Por otro lado, también se desprende claramente del artículo 28.5 del Reglamento que la posibilidad de utilizar declaraciones de propiedades saludables como la que nos ocupa, aunque las listas no se hayan aprobado todavía, bajo la responsabilidad de la empresa, queda siempre condicionada a que aquéllas se ajusten a lo establecido en el Reglamento 1924/2006 y en las disposiciones nacionales existentes. De donde se desprende que la obligación de incluir una declaración específica de propiedades saludables que acompañe a una declaración genérica resulta aplicable también a las declaraciones de propiedades saludables que se realicen o difundan en tanto no se aprueben las listas de declaraciones de propiedades saludables autorizadas, pues sólo así la correspondiente declaración podrá “ajustarse a lo establecido en el Reglamento”, tal y como prevé el régimen transitorio antes transcrito.”

Así las cosas, debe concluirse que desde la entrada en vigor del Reglamento, toda declaración genérica de propiedades saludables deberá ir acompañada de una declaración específica contemplada en las listas de declaraciones permitidas. Y, en tanto estas listas no sean aprobadas, la declaración genérica de propiedades saludables ha de ir acompañada de una declaración específica que pueda acogerse al régimen transitorio previsto por el propio Reglamento.

En consecuencia, en la medida en que el anuncio reclamado incluye una declaración general de propiedades saludables sin ir acompañada de una declaración específica sobre los beneficios del alimento promocionado en la salud, la Sección Quinta debe concluir que la alegación reclamada vulnera la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria (respeto a la legalidad vigente) en relación con el artículo 10.3 del Reglamento 1924/2004.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol



[Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial]

ACUERDA

1.- Estimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable la compañía “Balneario y Aguas Solán de Cabras, S.L.”

2.- Declarar vulnerada la Norma 2 (Principio de legalidad) en relación con el Reglamento (CE) nº 1.924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.

3.- Instar al anunciante la rectificación de la publicidad reclamada.