



Resolución de 7 de junio de 2018 de la Sección Tercera del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Perrigo España, S.A. La Sección declaró que la publicidad no infringía la norma 2 (principio de legalidad) del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado en su Resolución de 27 de junio de 2018.

Resumen de la resolución:  
**Particular vs. Perrigo España, S.A.**  
"XLS Medical"

Resolución de 7 de junio de 2018 de la Sección Tercera del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Perrigo España, S.A. La Sección declaró que la publicidad no infringía la norma 2 (principio de legalidad) del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

La reclamación se presentó frente a una campaña publicitaria difundida en internet en la cual se promocionaban una serie de productos bajo la marca "XLS Medical" y se mostraban los testimonios de distintas mujeres que habían conseguido perder peso complementando su dieta con el producto promocionado. A juicio de la reclamante, la publicidad infringía el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, al atribuir a los productos promocionados propiedades adelgazantes específicas o contra la obesidad así como por aportar el testimonio de pacientes reales o supuestos y hacer referencia a la magnitud del peso perdido en un determinado periodo de tiempo.

La Sección desestimó la reclamación en la medida en que quedó acreditado por parte de la reclamada que los productos comercializados bajo la marca XLS Medical eran productos sanitarios y, por ende, estaban excluidos del ámbito de aplicación del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria. Por ello, el Jurado declaró que la publicidad no infringía la norma 2 (principio de legalidad) del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

### **Recurso de alzada**

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado en su Resolución de 27 de junio de 2018.



Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Recurso de Alzada de Particular**  
**vs. Resolución Sección Tercera de 7 de junio de 2018.**  
"XLS Medical"

En Madrid, a 27 de junio de 2018, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. Jose Antonio Gómez Segade para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por un particular contra la resolución de la Sección Primera del Jurado 7 de junio de 2018, emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

### **I.- Antecedentes de hecho.**

1.- El pasado 23 de mayo de 2018, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Perrigo España, S.A. (en adelante, "**Perrigo**").

2.- Se da por reproducida la publicidad reclamada así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Primera del Jurado 7 de junio de 2018 (en adelante, la "**Resolución**").

3.- Mediante la citada Resolución la Sección Primera del Jurado acordó desestimar la reclamación presentada, declarando que la publicidad reclamada no infringía la norma 2 del Código de Conducta de Autocontrol.

4.- El 17 de junio de 2018 el particular interpuso recurso de alzada contra la Resolución al no encontrarse conforme con su contenido.

El particular argumenta que el producto promocionado no encaja en la categoría de producto sanitario establecida en el Real Decreto 1591/2009, de 16 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios, en la medida en que esta norma excluye aquellos productos que ejerzan la acción principal por medio de medios farmacológicos, inmunológicos ni metabólicos.

A su juicio, el producto promocionado posee efectos farmacológicos, por lo que no puede ser considerado como producto sanitario y alega que la voluntad de la reclamada es eludir el cumplimiento del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, el Reglamneto 1924/2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos y el Real Decreto



1416/1994, de 25 de junio, por el que se regula la publicidad de medicamentos de uso humano.

**5.-** Trasladado el recurso de alzada a Perrigo, la mercantil ha presentado escrito de impugnación en el cual se opone al recurso de alzada y muestra su total conformidad con la Resolución.

Así, manifiesta que la recurrente introduce nuevas alegaciones y nuevos documentos que al no haber sido aportados en primera instancia no fueron objeto de estudio en la Resolución de la Sección y, por consiguiente, no deben ser tenidos en cuenta por el Pleno.

Por otro lado, Perrigo mantiene que la categoría legal de los productos promocionados es la de producto sanitario, tal y como acreditó en primera instancia. No considera probadas las alegaciones vertidas de contrario acerca de que la acción principal de los productos promocionados se ejerce a través de medios farmacológicos o metabólicos ya que, de ser así, no estarían considerados por la Administración como productos sanitarios.

Por todo ello solicita al Pleno que desestime el recurso de alzada y se confirme la Resolución.

## **II.- Fundamentos deontológicos.**

**1.-** Con carácter previo al análisis del motivo de impugnación expuesto por la recurrente y en aras de una mejor comprensión de la presente resolución, el Pleno considera conveniente hacer una breve síntesis de la cuestión debatida y de la resolución de instancia.

En este sentido, debe recordarse que el presente procedimiento trae causa en una reclamación en la que se alegaba que la Publicidad Reclamada vulneraba la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (principio de legalidad) en relación con el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.

**2.-** En su resolución de instancia el Jurado desestimó esta reclamación, en la medida en que consideró acreditado por la reclamada que los productos promocionados (XLS Medical) son productos sanitarios que cuentan con las preceptivas autorizaciones administrativas previas concedidas por las Resoluciones de la Dirección General de Ordenación Profesional y Regulación Sanitaria de la Generalitat de Cataluña.

A estos efectos, concluyó que a la publicidad reclamada no le resultaba de aplicación el mencionado Real Decreto 1907/1996, ya que éste, en su artículo 3,



excluye expresamente de su ámbito de aplicación a los medicamentos y a los productos sanitarios.

**3.-** Frente a este pronunciamiento de la Sección, se alza el particular recurrente argumentando que los productos promocionados no pueden considerarse dentro de la categoría legal de productos sanitarios, ya que el mencionado Real Decreto 1907/1996, en su artículo 2.1.a, excluye aquellos productos que ejerzan su función principal por medios farmacológicos o metabólicos. Según manifiesta en su escrito, los productos XLS Medical se presentan como productos farmacológicos con indicaciones de posología y referencias a un concreto principio activo con actividad farmacológica. Asimismo, aporta un documento para acreditar este extremo.

**4.-** Dicho esto y entrando ya en la resolución de fondo del presente recurso, vistos los términos en los que se ha planteado el mismo, este Pleno debe partir de la base, tal y como se ponía de manifiesto en la resolución de instancia, de que los productos objeto de controversia se comercializan en España como productos sanitarios y los materiales publicitarios han sido autorizados por la Administración competente como materiales dirigidos al público referentes a productos sanitarios. En concreto, son dos Resoluciones de la Dirección General de Ordenación Profesional y Regulación Sanitaria de la Generalitat de Cataluña de fecha 17 de febrero y 17 de noviembre de 2017 las que conceden autorización administrativa previa (CPS) números P17001CAT y P17135CAT, a los materiales publicitarios reclamados por el particular, autorizando dichos materiales como publicidad de un producto sanitario.

**5.-** Pues bien, a la vista de lo anterior, teniendo en cuenta que los productos promocionados se comercializan actualmente en España como productos sanitarios y que su publicidad ha sido autorizada por la Administración competente como publicidad de productos sanitarios, este Pleno debe confirmar que la publicidad reclamada queda fuera del ámbito de aplicación del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, toda vez que -como correctamente afirmó la Sección en la resolución recurrida- el artículo 3 de este Real Decreto excluye expresamente a los productos sanitarios (además de a los medicamentos) de su ámbito de aplicación.

**6.-** Por lo demás, esta clara conclusión no puede verse alterada pretendiendo introducir en el presente procedimiento un debate sobre la corrección de la calificación de los productos promocionados como productos sanitarios. Aun cuando a meros efectos dialécticos ignoráramos que es ésta una cuestión que no ha sido planteada en la instancia (y que, por tanto, su invocación en el presente recurso y los documentos con los que pretende apoyarse serían claramente extemporáneos), estaríamos ante una cuestión completamente ajena a las competencias de este Jurado.

En este sentido, es obvio –y así lo dispone el Código de Conducta- que el Jurado es un “órgano especializado en materia deontológico publicitaria”. En esta condición, el Jurado examina anuncios publicitarios y emite juicios y valoraciones



sobre su corrección ética. Cualquier otra función queda fuera del ámbito de competencias de este Jurado. Y una vez que un producto se comercializa en nuestro país como producto sanitario y su publicidad es autorizada por la Administración competente como publicidad de un producto sanitario, queda completamente fuera de las competencias del Jurado –como es evidente- cualquier pronunciamiento sobre la corrección de esta calificación o sobre la concreta categoría legal a la que debería adscribirse el producto promocionado en función de sus mecanismos de acción en el interior o en la superficie del cuerpo humano.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol

#### **ACUERDA**

Desestimar el recurso de alzada presentado por un particular contra la resolución de la Sección Primera del Jurado de 7 de junio de 2018.