



Resolución de 25 de enero de 2018 de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vega Mayor, S.L., declarando que la publicidad reclamada no infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (publicidad engañosa).

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Vega Mayor, S.L.
(“Cultivadas sin prisas saben mejor.TV”)

Resolución de 25 de enero de 2018 de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vega Mayor S.L.

La reclamación se dirigía contra un anuncio de televisión en el que se promocionaban unas ensaladas. A lo largo del mismo veíamos a una mujer sentándose a almorzar con un grupo de gente al tiempo que se escuchaba, entre otras, la siguiente alegación en off: “(...) *En Florette cultivamos nuestras lechugas respetando su crecimiento natural y les añadimos sólo ingredientes calidad gourmet*”.

El reclamante entendió que la alegación “respetando su crecimiento natural” no era exacta ni veraz ya que, a su parecer, la única agricultura que respeta el crecimiento natural de las plantas es la agricultura ecológica y las ensaladas promocionadas no son ecológicas.

El Jurado no apreció vulneración de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (publicidad engañosa), ya que el reclamante no aportó prueba alguna que acreditara que exclusivamente la agricultura ecológica es respetuosa con el crecimiento natural de las plantas. En consecuencia, la valoración conjunta de todos los elementos obrantes en el expediente, no permitía a la Sección descartar que otros métodos de cultivo, aun sin estar acogidos al régimen y a los controles administrativos propios de la agricultura ecológica, pudieran ser igualmente respetuosos con el crecimiento natural de las plantas.



Texto completo de la Resolución del Jurado: **Particular vs. Vega Mayor, S.L.** (**“Cultivadas sin prisas saben mejor.TV”**)

En Madrid, a 25 de enero de 2018, reunida la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig, para el análisis de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vega Mayor S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 4 de enero de 2018, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vega Mayor S.L.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por televisión en la que se promueven unas ensaladas comercializadas por la reclamada. El anuncio se inicia con la imagen de una mujer sentándose en la mesa larga de lo que pudiera ser un comedor en el que se encuentran otras personas almorzando y, entre ellas, un hombre, a los cuales les saluda con un *“que aproveche”* al que todos contestan con un *“gracias”*. Seguidamente, puede observarse cómo la mencionada mujer abre el producto promovido (esto es, una ensalada) y lo degusta, el hombre protagonista pica de su plato, ella se molesta burlescamente y él le espeta un *“¿puedo?”*, mientras se oye una voz en *off* afirmando lo siguiente: *“Para que cada día puedas disfrutar de las ensaladas completas más sabrosas... En Florette cultivamos nuestras lechugas respetando su crecimiento natural y les añadimos sólo ingredientes calidad gourmet”*. A continuación aparece en escena una mujer portando una ensalada Florette, quien pregunta afirmativamente a la pareja *“¿Hoy Florette, eh?”*. A lo que ellos responden sonrientes *“Florette”*, mientras muestran los productos promovidos. El anuncio termina con la imagen de tres de los productos promovidos y la siguiente alegación en voz en *off*: *“Florette. Cultivadas sin prisas, saben mejor”*.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la **“Publicidad reclamada”**.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular reclamante considera que la Publicidad reclamada es engañosa pues, según sostiene, la alegación *“respetando su crecimiento natural”* que se vierte en ella en alusión a las ensaladas promovidas no es exacta ni veraz ya que, a su entender, la única agricultura que respeta el crecimiento natural de las plantas es la agricultura ecológica y las mencionadas ensaladas no son ecológicas.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la publicidad controvertida no es



engañoso, pues según aduce, pese a que sus prácticas de cultivo no son ecológicas, respetan, en todo caso, el crecimiento natural de las plantas, entendido, este concepto, como aquel que respeta el ciclo de vida de la planta, sin acelerarlo mediante el uso de técnicas artificiales, que es como, a juicio de la reclamada, el consumidor medio interpretará esta alegación. Y para respaldar la veracidad de este mensaje (y, por tanto, que las prácticas de cultivo que se siguen en los campos que proveen la materia prima de los productos promovidos en la publicidad controvertida y comercializados por la reclamada respetan el crecimiento natural de las plantas) aporta un informe de un ingeniero técnico agrícola que así lo acredita.

Por todo ello, Vega Mayor S.L. solicita del Jurado la desestimación de la reclamación.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz del principio de veracidad recogido en la Norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”).

Según establece este precepto: *“La publicidad no deberá ser engañosa. Se entiende por publicidad engañosa aquella que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos: (...) b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio. (...)”*

2.- En el caso que ahora nos ocupa, el particular reclamante –como se ha reflejado en los antecedentes de hecho- parece considerar engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta puede inducir a error sobre una de las características de las prácticas agrícolas seguidas por la reclamada para cultivar el producto (en particular, ensaladas) en ella promovido y, en concreto, sobre su idoneidad para respetar el crecimiento natural. Y ello, habida cuenta de que en ella se da a entender que tales prácticas respetan el crecimiento natural de las plantas, cuando, según defiende el particular, la única agricultura respecto de la que puede predicarse ese atributo es la ecológica y las mencionadas ensaladas no son ecológicas.

3.- Pues bien, este Jurado no puede compartir la conclusión alcanzada por el particular. Al respecto, es de ver que éste parte de la premisa según la cual sólo la agricultura ecológica es respetuosa con el crecimiento natural de las plantas. Sin embargo, el particular reclamante, no ha aportado prueba alguna a este procedimiento que acredite la exactitud de esta premisa. Siendo ello así, la valoración conjunta de todos los elementos obrantes en el expediente y que constan en el procedimiento no permite a esta Sección excluir que otros métodos de cultivo, pese a que no estén



acogidos al régimen y a los controles administrativos propios de la agricultura ecológica, sean también respetuosos con el crecimiento natural de las plantas.

En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la publicidad analizada no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol.

Por las razones expuestas, la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Vega Mayor S.L.