



Resolución de 19 de abril de 2018, de la Sección Primera del Jurado, por la que se estima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) contra una publicidad de la que es responsable la empresa Siete Cuarenta Natural, S.L. La Sección estimó la reclamación declarando que la publicidad infringía la norma 2 (principio de legalidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en relación con el artículo 10.1 del Reglamento (CE) 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.

Resumen de la Resolución:
AUC vs. Siete Cuarenta Natural, S.L.
“Refix. Internet”

Resolución de 19 de abril de 2018, de la Sección Primera del Jurado, por la que se estimó la reclamación presentada por AUC frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Siete Cuarenta Natural, S.L.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en la página web de la reclamada, en la que se promocionaba el producto Refix. En la misma web se incluía un dossier, donde se podían leer, entre otras, las siguientes alegaciones: “alcaliniza el organismo”, “ayuda a disminuir la acidez sanguínea”, “ayuda a la recuperación del organismo del desgaste físico”, “ayuda a hidratar y recargar electrolíticamente las células”, “ayuda a equilibrar la función enzimática”, “ayuda a mantener el PH en 7,40”, “ayuda a promover la regeneración celular” o “apoyamos la alimentación saludable”.

El Jurado entendió que la publicidad reclamada incluía declaraciones de propiedades saludables del producto que no se encontraban debidamente autorizadas ni incluidas en las listas de declaraciones de propiedades saludables autorizadas en el citado Reglamento. En tales circunstancias, consideró que la publicidad objeto de la reclamación era incompatible con la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en relación con el artículo 10.1 del Reglamento (CE) 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.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
AUC vs. Siete Cuarenta Natural, S.L.
“Refix. Internet”

En Madrid, a 19 de abril de 2018, reunida la Sección Primera 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 empresa Siete Cuarenta Natural, S.L. emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 10 de abril de 2018, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante, AUC) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Siete Cuarenta Natural, S.L.

2.- La publicidad objeto de reclamación consiste en una campaña publicitaria difundida en la página web de la reclamada, en la que se promueve el producto REFIX comercializado por ésta. En ella se incluye un dossier que contiene información sobre el producto promovido en el que pueden leerse, entre otras, las siguientes alegaciones: *“REFIX es una bebida hidratante elaborada con ingredientes gallegos y naturales de excelente calidad y que contiene todos los elementos necesarios para la correcta recuperación del cuerpo humano. REFIX es la única bebida reconstituyente sin azúcar, conservantes ni colorantes, que ayuda a alcalinizar rápidamente tu organismo, ayudando a disminuir la acidez sanguínea que tus células tanto deben evitar. El agua de mar es el componente clave de REFIX, en ella se encuentran diluidos todos los minerales y elementos orgánicos necesarios para la vida (...). Con la elaboración de REFIX, bebida natural, hidratante y de recuperación, apoyamos la alimentación saludable y sostenible como forma de vida.(...) Nuestros limones proporcionan el agradable olor y el suave sabor característico de REFIX y presentan una serie de beneficios que hacen de REFIX una de las bebidas más saludables del mercado.(...) Ante el desgaste que puede producir el deporte en exceso, como uno larga maratón, ante una tarde de sol abrasador o ante una deshidratación provocada por una aguda gastroenteritis o ante una noche de diversión desenfrenada, solo el agua de mar podrá satisfacer la debida y absoluta recuperación del cuerpo humano, porque REFIX: Ayuda a la recuperación del organismo del desgaste físico después de un deporte excesivo. Ayuda a hidratar y recargar electrolíticamente las células. Ayuda a equilibrar la función enzimática. Ayuda a mantener tu pH en 7,40 o ayuda a promover lo regeneración celular. El agua de mar es compleja y desconocida y, sin duda, es la generadora de la vida. REFIX incorpora las propiedades del agua de mar y es una bebida natural, saludable y sostenible”.*



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

3.- Según expone AUC en su escrito de reclamación, la publicidad reclamada contraviene la legislación vigente y, por ende, el Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en adelante, el “**Código de Autocontrol**”). Desde un punto de vista legal, AUC sostiene que la publicidad reclamada infringe los apartados d) y e) del artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; los artículos 5 y 7 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal; el artículo 7 del Reglamento (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor; los artículos 2.2.5, 6, 10.3 y 13 del Reglamento (CE) 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 (en adelante, “**Reglamento 1924/2006**”).

Por todo ello, AUC solicita al Jurado que declare ilícita la publicidad reclamada y requiera a la empresa Siete Cuarenta Natural, S.L. su cese o rectificación inmediatos.

4.- Trasladada la reclamación a Siete Cuarenta Natural, S.L., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él alega, en primer lugar, que el producto promovido no es un zumo de limón, sino un producto multingredientes; y, en segundo lugar, que la publicidad controvertida no es ilícita, puesto que simplemente indica la capacidad que tiene el mencionado producto para ayudar a la consecución de determinados efectos beneficiosos para la salud, pero no garantiza que puedan obtenerse.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la vista de los antecedentes de hecho expuestos y del tenor y contenido de la reclamación que ha dado origen al presente procedimiento, corresponde a este Jurado determinar si la publicidad reclamada contraviene la norma 2 del Código de Autocontrol, que recoge el principio de legalidad en los siguientes términos: “*La publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución*”.

En el caso que nos ocupa, dicha norma debe ponerse en relación con el Reglamento (CE) nº 1924/2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos (en lo sucesivo, el “Reglamento 1924/2006”). Dicho reglamento se aplica a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, entendiéndose 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” (artículo 2.2.5); y por “declaración nutricional”, “cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que un alimento posee propiedades nutricionales benéficas específicas con motivo de: a) el aporte energético (valor calórico) i) que proporciona, ii) que proporciona en un grado reducido o incrementado, o iii) que no proporciona, y/o de b) los nutrientes u otras sustancias i) que contiene, ii) que contiene en proporciones reducidas o incrementadas, o iii) que no contiene” (artículo 2.2.4).



2.- En atención al tenor del Reglamento 1924/2006, no cabe duda de que esta normativa resulta aplicable a la publicidad reclamada, ya que ésta contiene diversas declaraciones de propiedades saludables (*“alcaliniza el organismo”, “ayuda a disminuir la acidez sanguínea”, “ayuda a la recuperación del organismo del desgaste físico”, “ayuda a hidratar y recargar electrolíticamente las células”, “ayuda a equilibrar la función enzimática”, “ayuda a mantener el PH en 7,40”, “ayuda a promover la regeneración celular”, “apoyamos la alimentación saludable”, etc.*).

Pues bien, en relación con las declaraciones de propiedades saludables, el artículo 10.1 del citado Reglamento 1924/2006 establece lo siguiente: *“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”*.

3.- De conformidad con el precepto que acabamos de transcribir, en la publicidad de productos alimenticios sólo se podrán emplear aquellas declaraciones de propiedades saludables que se encuentren debidamente autorizadas e incluidas en las listas de declaraciones de propiedades saludables autorizadas. Estas listas, por lo demás, se recogen –entre otros- en el Reglamento 432/2012.

4.- En el caso que nos ocupa, y como se ha expuesto, en la publicidad reclamada se incluyen menciones tales como *“alcaliniza el organismo”, “ayuda a disminuir la acidez sanguínea”, “ayuda a la recuperación del organismo del desgaste físico”, “ayuda a hidratar y recargar electrolíticamente las células”, “ayuda a equilibrar la función enzimática”, “ayuda a mantener el PH en 7,40”, “ayuda a promover la regeneración celular”, “apoyamos la alimentación saludable”, etc.* Sin embargo, tras analizar la lista de declaraciones autorizadas que se incluyen en el Reglamento 432/2012, este Jurado no ha podido encontrar ninguna declaración autorizada en la que pueda ampararse la lícita utilización de aquellas alegaciones.

5.- Por consiguiente, y en la medida en que en el caso que nos ocupa no se ha acreditado la autorización de las declaraciones de propiedades saludables incluidas en la publicidad, este Jurado entiende que la publicidad reclamada resulta incompatible con la norma 2 del Código de Autocontrol en relación con el artículo 10.1 del Reglamento 1924/2006.

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

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Siete Cuarenta Natural, S.L.



2º.- Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol en relación con el artículo 10.1 del Reglamento 1924/2006.

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