

En Madrid, a 21 de febrero de 2019

REF: EXPEDIENTE SANCIONADOR 2/2019_RESOLUCIÓN

El Comité Ejecutivo de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), en su calidad de órgano con competencia sancionadora, en virtud de lo dispuesto en el artículo 18.3 de sus Estatutos, procede a emitir la presente RESOLUCIÓN, atendiendo a lo dispuesto en el artículo 19.7 de los Estatutos de AUTOCONTROL.

La presente Resolución se emite tras haber sido elevada Propuesta de Resolución por parte de D. Francisco García Molina, en su calidad de Instructor del Expediente Sancionador 2/2019, abierto de oficio por la Comisión de Asuntos Disciplinarios contra Tascare Parafarmacia, S.L. (Mundo Natural), por un posible incumplimiento de los Estatutos de la Asociación, mediante Acta de Incoación de fecha 8 de febrero de 2019.

ANTECEDENTES

I.- Con fecha 27 de septiembre de 2018, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), presentó escrito de reclamación frente a una publicidad del producto “Depur-Plus”, de la que es responsable TASCARE, por emplearse en la misma distintas alegaciones que podrían resultar contrarias al Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol, por eventual infracción de lo establecido, entre otros, en el *Reglamento (CE) No 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*, y en el *Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre Publicidad y Promoción Comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria*.

En la cuña radiofónica reclamada, se incluían, entre otras, las siguientes alegaciones: *“(...) El hígado es un órgano que requiere muchos nutrientes y muy bien estructurados, para cumplir con esas dos fases bien delimitadas por la Clínica Mayo de los Estados Unidos (...). La fase dos es la más importante, la fase dos es la expulsión. Si tú no logras expulsar los tóxicos, estás provocando que recirculen por tu organismo y estás complicando la salud. Por eso, para hacer una buena depuración hepática, nosotros proponemos Depur-Plus que cumple con esas dos fases de la depuración hepática. (...) Depuremos el hígado, ahorraremos hasta 130 enfermedades (...)”*.

Según indicaba AUC en su reclamación, queda claro que se predicen del producto beneficios para la salud con declaraciones de propiedades saludables (depuración del hígado), que no van vinculadas a “nutrientes específicos”. También considera que el

anuncio puede provocar miedo en el consumidor al afirmar que si no se realiza esta depuración del hígado, los tóxicos circulan por el organismo, se complica la salud y se pueden sufrir hasta 130 enfermedades.

II.- Tras recibir la citada reclamación, TASCARE presentó un escrito de fecha 3 de octubre de 2018, en el cual se acogía expresamente a lo dispuesto en el artículo 13.2 del Reglamento del Jurado, manifestando por escrito su voluntad de cesar la difusión de la publicidad reclamada.

Ante la aceptación de la reclamación, la Secretaría del Jurado de la Publicidad procedió al archivo del expediente, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 13.2. de su Reglamento: *“Tampoco se tramitarán aquellas reclamaciones que el reclamado acepte, siempre que éste se comprometa por escrito a cesar de manera definitiva la difusión de la comunicación comercial cuestionada”*.

III.- Con fecha 25 de enero de 2019, AUC ha presentado un escrito ante el Jurado de la Publicidad, en el cual manifiesta haber detectado la emisión de una nueva campaña comercial, en la que Tascare Parafarmacia, S.L. utiliza argumentos casi idénticos a los empleados en su publicidad de Depur-Plus, que fue reclamada en septiembre de 2018 y que esta compañía se había comprometido a cesar.

En esta segunda publicidad, emitida igualmente en radio, se incluyen, entre otras, las siguientes alegaciones: *“(...) Estos excesos han provocado agobio, y en muchas veces colapsa y se satura nuestro organismo y nos manda señales en forma de enfermedad, por lo tanto, hay que tomar medidas... hay que evitar esta situación, y una buena forma de poner a punto nuestro gran laboratorio que es nuestro hígado, es con un producto muy interesante que es Depur-Plus. (...) existen dos fases de la depuración hepática, la fase donde solubilizamos todas las toxinas que son insolubles en agua y de esta forma vamos a mejorar (...) la eliminación, que es la fase dos de la depuración hepática. Y de esta forma queda limpio nuestro organismo, evitando que los tóxicos recirculen por nuestro cuerpo (...). Veremos cómo con Depur-Plus evitamos todas las complicaciones metabólicas, evitamos todas las complicaciones nerviosas, evitamos todas las complicaciones digestivas, y así podemos enumerar hasta 130 complicaciones que nos puede aportar un hígado agobiado (...)”*.

IV.- Por su parte, la Sección Quinta del Jurado ha procedido al examen de ambas campañas y ha concluido que el anuncio reclamado en enero de 2019, es sustancialmente similar a aquel que había sido objeto de reclamación en septiembre de 2018 y que Tascare Parafarmacia, S.L. se había comprometido a cesar, mediante escrito de 3 de octubre de 2018. Tras haber podido constatar esta circunstancia, el Jurado de la Publicidad acordó elevar los hechos a la Comisión de Asuntos Disciplinarios de AUTOCONTROL, a los efectos oportunos.

V.- Con fecha 8 de febrero de 2019, la Comisión de Asuntos Disciplinarios acordó la incoación del expediente disciplinario, por considerar que los hechos podrían constituir una actividad contraria a los Estatutos de la Asociación. La Comisión de Asuntos Disciplinarios acordó igualmente nombrar instructor a D. Francisco García Molina, y dar traslado a Tascare Parafarmacia S.L. para que pudiese presentar las alegaciones que considerase oportunas.

VI.- Una vez recibida por parte de TASCARE, el Acta de Incoación por la que se le da traslado del Expediente Sancionador, esta compañía presentó escrito de alegaciones en el que manifiesta que, a su modo de ver, los términos de la nueva publicidad se acogen a los dictados de nuestra normativa. En su publicidad se ciñen a indicar que el producto Depur-Plus cumple con las dos fases de la depuración hepática, que es lo que consta en el etiquetado de dicho producto, admitido por Bélgica y que posteriormente ha sido comercializado en la Comunidad de Madrid, donde tampoco se le ha visto inconveniente alguno a este respecto, según alegan. No obstante lo anterior, y pese al convencimiento de haber procedido dentro de la más absoluta corrección, TASCARE anuncia que cambiará el enfoque de su futura publicidad de Depur-Plus.

RESOLUCIÓN

a) Hechos probados.

Primero.- El cumplimiento de un compromiso de cese o rectificación adoptado en el marco de la tramitación de una reclamación ante el Jurado, constituye una obligación de todos los asociados a AUTOCONTROL, regulada en el artículo 14.e) de los Estatutos: “Los Asociados quedarán sometidos a las obligaciones siguientes: (...) e) Cumplir los acuerdos de mediación o compromisos de cese o rectificación y cualesquiera otros acuerdos que se adopten durante la tramitación de una reclamación, así como respetar la totalidad de las disposiciones contenidas en el Reglamento del Jurado de la Publicidad”.

Segundo.- Según se desprende de la documentación que el Instructor ha puesto a disposición del Comité Ejecutivo al elevar este asunto, puede considerarse como hecho probado que en septiembre de 2018, AUC presentó una reclamación contra un anuncio de Depur-Plus, en el que se incluían, entre otras, las siguientes alegaciones: *“(...) El hígado es un órgano que requiere muchos nutrientes y muy bien estructurados, para cumplir con esas dos fases bien delimitadas por la Clínica Mayo de los Estados Unidos (...). La fase dos es la más importante, la fase dos es la expulsión. Si tú no logras expulsar los tóxicos, estás provocando que recirculen por tu organismo y estás complicando la salud. Por eso, para hacer una buena depuración hepática, nosotros*

proponemos Depur-Plus que cumple con esas dos fases de la depuración hepática. (...) Depuremos el hígado, ahorraremos hasta 130 enfermedades (...)”.

En su reclamación de fecha 27 de septiembre de 2018, AUC consideraba que dicho anuncio era contrario, entre otros, a lo establecido en el *Reglamento (CE) No 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*, y en el *Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre Publicidad y Promoción Comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria*.

El Comité Ejecutivo considera igualmente un hecho probado que, tras recibir esta reclamación, TASCARE presentó con fecha 3 de octubre de 2018, un escrito en virtud del cual se comprometía a cesar la difusión de la publicidad cuestionada, acogiendo a lo previsto en el artículo 13.2 del Reglamento del Jurado de la Publicidad.

Tercero.- Con fecha 25 de enero de 2019, AUC presentó un nuevo escrito ante el Jurado de la Publicidad, manifestando haber detectado la emisión de una nueva campaña comercial, en la que TASCARE utilizaría argumentos casi idénticos a los empleados en su publicidad de Depur-Plus, que fue reclamada en septiembre de 2018 y que esta compañía se había comprometido a cesar.

En esta nueva campaña se incluyen entre otras, las siguientes alegaciones: *“(...) Estos excesos han provocado agobio, y en muchas veces colapsa y se satura nuestro organismo y nos manda señales en forma de enfermedad, por lo tanto, hay que tomar medidas... hay que evitar esta situación, y una buena forma de poner a punto nuestro gran laboratorio que es nuestro hígado, es con un producto muy interesante que es Depur-Plus. (...) existen dos fases de la depuración hepática, la fase uno donde solubilizamos todas las toxinas que son indisolubles en agua y de esta forma vamos a mejorar (...) la eliminación, que es la fase dos de la depuración hepática. Y de esta forma queda limpio nuestro organismo, evitando que los tóxicos recirculen por nuestro cuerpo (...). Veremos cómo con Depur-Plus evitamos todas las complicaciones metabólicas, evitamos todas las complicaciones nerviosas, evitamos todas las complicaciones digestivas, y así podemos enumerar hasta 130 complicaciones que nos puede aportar un hígado agobiado (...)*”.

Por su parte el Jurado de la Publicidad ya ha tenido ocasión de analizar esta segunda publicidad y ha concluido que, en efecto, la nueva publicidad es sustancialmente similar a aquella que había sido objeto de reclamación y que TASCARE se había comprometido a cesar.

Cuarto.- Llegados a este punto, y teniendo en cuenta toda la documentación obrante en este expediente, el Comité Ejecutivo coincide con el Instructor al considerar que TASCARE habría incumplido con su obligación de respetar su compromiso de cese de

fecha 3 de octubre de 2018, dado que incluye en su publicidad alegaciones y mensajes sustancialmente idénticos a los que se incluían en la publicidad original reclamada por AUC y que TASCARE se comprometió a cesar.

Frente a esta conclusión, por lo demás, no cabe alegar que se ha modificado la publicidad y que, según TASCARE, ésta se ajustaría ahora a la normativa.

En primer lugar, porque, tal y como se hace constar en el informe remitido por el Jurado, las modificaciones introducidas no han alterado las concretas alegaciones y mensajes que habían sido objeto de la reclamación inicial, y que se mantienen prácticamente inalteradas. Nos referimos, por ejemplo, a las alegaciones relativas a las propiedades del producto alimenticio promocionado en relación con la depuración del hígado en dos fases, la depuración o eliminación de toxinas, o la prevención de determinadas enfermedades o complicaciones de salud derivadas de un hígado saturado.

Como decíamos, estas alegaciones y mensajes, que habían sido objeto de reclamación, permanecen o bien inalteradas o bien con cambios puramente gramaticales e irrelevantes, en la publicidad difundida por TASCARE con posterioridad a su compromiso de cese.

En segundo lugar, tampoco cabe afirmar que la publicidad difundida por TASCARE con posterioridad a su compromiso de cese, es acorde con la normativa. Basta recordar, a estos efectos, que la reclamación se formuló en la medida en que las alegaciones a las que antes nos referíamos, infringían el Reglamento Comunitario 1924/2006 y el Real Decreto 1994/1996. Ambas infracciones siguen presentes en la nueva publicidad, toda vez que en ella se siguen atribuyendo al producto promocionado propiedades en relación con la salud no autorizadas (en contravención del Reglamento 1924/2006) y se atribuyen también al producto promocionado específicas propiedades preventivas (en infracción del Real Decreto 1994/1996).

Quinto.- Una vez aclarado todo lo anterior, el Comité Ejecutivo coincide con el Instructor al entender que TASCARE ha incumplido con la obligación que tienen todos los asociados de “cumplir los acuerdos de mediación o compromisos de cese o rectificación y cualesquiera otros acuerdos que se adopten durante la tramitación de una reclamación, así como respetar la totalidad de las disposiciones contenidas en el Reglamento del Jurado de la Publicidad”, prevista en el artículo 14.e) de los Estatutos de AUTOCONTROL.

b) Calificación jurídica.

De conformidad con los hechos probados, los mismos suponen un incumplimiento de la obligación asumida por los asociados y prevista en el artículo 14.e) de los Estatutos de AUTOCONTROL, consistente en cumplir los compromisos de cese o rectificación que se adopten durante la tramitación de una reclamación. Hecho que, dependiendo de las circunstancias de cada caso, podría constituir una infracción: leve, de conformidad con lo establecido en el artículo 15.1.d) de los Estatutos de AUTOCONTROL; grave, de conformidad con lo establecido en el artículo 15.2.g) de los Estatutos; o muy grave, de conformidad con lo establecido en el artículo 15.3.c) de los Estatutos.

En el presente caso, atendiendo al hecho de que sería la primera vez que TASCARE se enfrenta a un expediente sancionador por incumplimiento de los Estatutos, el Comité Ejecutivo considera que cabría calificar esta infracción como leve, según se prevé en el artículo 15.1.d) de los Estatutos de AUTOCONTROL: “Son infracciones leves: d) Incumplimiento leve del resto de las obligaciones establecidas en los estatutos y especialmente las comprendidas en el Artículo 14”.

c) Sanción.

En el presente caso, atendiendo a que TASCARE va a cambiar el enfoque de la publicidad de Depur-Plus, atendiendo a las recomendaciones recibidas -según ha anunciado-, el Comité Ejecutivo considera oportuno imponer a TASCARE una sanción de grado medio, de entre las previstas para las infracciones leves en el artículo 17.1 de los Estatutos: *a) Apercibimiento privado. b) Apercibimiento público. c) Suspensión temporal para cargo directivo hasta el límite de 6 meses. d) Suspensión temporal de los derechos electorales, activos y pasivos, hasta el límite de 6 meses.*

El Comité Ejecutivo acuerda la imposición a TASCARE de una sanción consistente en **apercibimiento público**.

Contra esta resolución cabría interponer recurso de alzada ante la Junta Directiva de AUTOCONTROL, en caso de considerarse oportuno, y dentro del plazo de 10 días.