



Resolución de 14 de noviembre de 2019, de la Sección Séptima del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Findus España, S.L.U. La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad no infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Findus España, S.L.U.
“De primero, verduras. Internet”

Resolución de 14 de noviembre de 2019, de la Sección Séptima del Jurado, por la que se estima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Findus España, S.L.U.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida por Internet, en la que se promovían guisantes comercializados por la reclamada y que contenía la siguiente alegación: “*De primero, verduras*”.

El Jurado entendió que la expresión “*De primero, verduras*”, en el contexto de la publicidad reclamada, no podía provocar en el consumidor una creencia errónea acerca de las características de los guisantes promovidos. Por un lado, por haber quedado acreditado que el Código Alimentario (establecido en el Decreto 2484/1967 de 21 de septiembre), incluye a los guisantes en la categoría de “Hortalizas y verduras”, y por otro, porque el consumidor medio no es un experto en la materia, y la expresión “verdura” será interpretada por éste como un concepto amplio en el que se engloban diversas clases de hortalizas (entre ellas los guisantes). En tales circunstancias, el Jurado consideró que no había infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Findus España, S.L.U.
“De primero, verduras. Internet”

En Madrid, a 14 de noviembre de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. María José Morillas Jarillo, para el análisis de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Findus España, S.L.U., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 25 de octubre de 2019, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Findus España, S.L.U.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet en la que se promueven guisantes comercializados por la reclamada y que contiene la siguiente alegación: “*De primero, verduras*”.

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 “*De primero, verduras*” que en ella se vierte induce a error al consumidor sobre la naturaleza y características del producto promovido, puesto que, según afirma, los guisantes son una planta herbácea de la familia de las leguminosas y no una verdura, tal y como da a entender la publicidad.

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 engañosa, en esencia por las dos siguientes razones:

En primer término, la Real Academia de la Lengua Española define “verdura” como “hortaliza, especialmente la de hojas verdes”. Además, el término “verdura” se usa comúnmente en castellano para denominar a las hortalizas de forma genérica.

En segundo término, en el Código Alimentario español vigente (Decreto 2484/1967 de 21 de septiembre), los guisantes aparecen incluidos en el Capítulo denominado “Hortalizas y verduras”, el cual está separado del Capítulo rotulado “Leguminosas”.



Por todo ello, la empresa Findus España, S.L.U. solicita al 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: *“Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. 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 la alegación *“De primero, verduras”* que ésta contiene puede inducir a error sobre las características del producto promovido; esto es: guisantes, debido a que estos últimos guisantes son una planta herbácea de la familia de las leguminosas y no una verdura, tal y como da a entender la publicidad.

3.- Pues bien, ante todo conviene recordar que, como es doctrina establecida por este Jurado, las alegaciones publicitarias deben analizarse de acuerdo con la impresión y las expectativas que provocan en el destinatario medio. Y para establecer el entendimiento que este último tiene de las mismas han de examinarse en su conjunto y atendiendo, en todo caso, y como es también doctrina pacífica, al significado que poseen para el destinatario medio, lo cual excluye considerar su significado desde una óptica gramatical, semántica o técnica.

4.- Siendo ello así, a juicio de esta Sección, la alegación *“De primero, verduras”* que se vierte en la publicidad controvertida no puede inducir a error a los destinatarios de la publicidad sobre las características del producto promovido (guisantes) -tal y como entiende el reclamante-. La razón que fundamenta esta conclusión estriba en que el significado común que el consumidor medio atribuye a la expresión *“verdura”* engloba diversas hortalizas y, entre ellas, los guisantes, puesto que aquél no es un experto en la materia y, en consecuencia, no confiere a esa expresión un significado técnico que le lleve a excluir los guisantes del ámbito de las verduras e incluirlo en la categoría de las leguminosas.



5.- A mayor abundamiento, aun cuando se atribuyera un significado técnico al término verdura, ha quedado acreditado en este procedimiento que el Código Alimentario (establecido en el Decreto 2484/1967 de 21 de septiembre), incluye a los guisantes en la categoría de “Hortalizas y verduras” y no en el Capítulo destinado a regular los productos que merecen la calificación de “Leguminosas”.

6.- En definitiva, la expresión “*De primero, verduras*” en el contexto de la publicidad que nos ocupa, no puede provocar en el consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz al que la Publicidad Reclamada se dirige o alcanza una creencia errónea acerca de las características de los guisantes promovidos. Y ello porque, como hemos señalado, será interpretada por estos últimos como un concepto amplio en el que se engloban diversas clases de hortalizas y legumbres. En consecuencia, la Publicidad Reclamada no puede calificarse como engañosa.

Así las cosas, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la Publicidad Reclamada no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Findus España, S.L.U.