

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN



<b>Solicitante</b>	Fundación Española Aceite De Palma Sostenible
<b>Responsable de la publicidad</b>	Atram Digital Solutions, S.L. (Alimenthia)
<b>Título</b>	Acuerdo de Mediación de 20 de mayo de 2020
<b>Nº de asunto</b>	140/R/JULIO/2020
<b>Fase del proceso</b>	Primera Instancia – Sección Cuarta
<b>Fecha</b>	10 de septiembre de 2020

Resolución de 10 de septiembre de 2020 de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se declara el incumplimiento por parte de la mercantil Atram Digital Solutions, S.L. del Acuerdo de Mediación de fecha 20 de mayo de 2020 alcanzado entre esta empresa y la Fundación Española Aceite De Palma Sostenible.

### RESUMEN

Resolución de 10 de septiembre de 2020 de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se declara el incumplimiento por parte de la mercantil Atram Digital Solutions, S.L. del Acuerdo de Mediación de fecha 20 de mayo de 2020 alcanzado entre esta empresa y la Fundación Española Aceite De Palma Sostenible.

El 30 de abril de 2020 la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible presentó una reclamación en relación con una comunicación comercial de la que es responsable la compañía Atram Digital Solutions, S.L. Esta última, en su escrito de contestación, propuso una modificación de la publicidad, y la controversia concluyó con un Acuerdo de Mediación, de fecha 20 de mayo de 2020, y en el que ambas partes adquirieron distintos compromisos.

El 29 de julio de 2020 la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible presentó una reclamación en relación con el Acuerdo de Mediación, alegando que no todos los compromisos habían sido cumplidos por la parte contraria. En particular, los referidos a eliminar la información relativa al aceite de palma y sus derivados de la aplicación “Alimenthia”, así como de cualquier comunicación que sobre ella realice -especialmente en el apartado de “aditivos”-, y a no incluir en el futuro información sobre el aceite de palma ni sus derivados en la aplicación “Alimenthia” ni en su comunicación. Atram Digital Solutions, S.L. no aportó contestación a lo anterior.

En consecuencia, el Jurado, a la vista de la información aportada por la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible, declaró el incumplimiento de una parte del Acuerdo de Mediación por Atram Digital Solutions, S.L. e instó a ésta mercantil a la rectificación de la publicidad reclamada en el sentido expresado en el Acuerdo de Mediación.

En Madrid, a 10 de septiembre de 2020, reunida la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Fundación Española Aceite De Palma Sostenible en relación con el acuerdo de mediación alcanzado con la empresa Atram Digital Solutions, S.L., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 30 de abril de 2020 la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible presentó, ante este Jurado, una reclamación en relación con una comunicación comercial de la que es responsable la compañía Atram Digital Solutions, S.L.

La reclamación se presentó frente a las comunicaciones comerciales que realizaba la compañía reclamada sobre su aplicación informática denominada “Alimenthia” en la web [www.alimenthia.com](http://www.alimenthia.com) y en la red social Instagram.

En adelante, aludiremos a ella como la “**Publicidad Reclamada**”.

La Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible reclamaba que la información incluida en dichas comunicaciones comerciales en relación con el aceite de palma era engañosa, inducía a confusión al consumidor y afectaba al correcto funcionamiento del mercado, contraviniendo, a su juicio, los principios y la normativa reguladora de la publicidad y la competencia leal y la correspondiente normativa deontológica aplicable. En concreto, apreciaba infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL y del artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

2. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta presentó con fecha 18 de mayo de 2020 escrito de contestación, ofreciendo un acuerdo consistente en una propuesta de modificación de la Publicidad Reclamada, tal y como se expondrá a continuación.
3. Con fecha 19 de mayo de 2020, la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible manifestó su conformidad con el acuerdo propuesto por la empresa anunciante.
4. En consecuencia, el 20 de mayo de 2020 ambas partes celebraron un acto de mediación ante la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), alcanzando un acuerdo (en adelante, el “**Acuerdo de Mediación**”), que firmaron en la misma fecha del acto, y en el que aceptaron los siguientes compromisos sobre la Publicidad Reclamada:

*“1.- ATRAM DIGITAL SOLUTIONS S.L. eliminará la información relativa al aceite de palma y sus derivados de la aplicación “Alimenthia” y de la comunicación de cualquier tipo y por cualquier medio que sobre ella realice y especialmente:*

a) En el apartado “aditivos” y en cuantos subapartados figure el “aceite de palma” o alguno de sus derivados. En el plazo de dos semanas desde la firma del presente acuerdo.

b) En el apartado “mis dietas” y en cuantos subapartados figure el “aceite de palma” o alguno de sus derivados. En el plazo de tres semanas desde la firma del presente acuerdo.

2.- ATRAM DIGITAL SOLUTIONS S.L. se compromete a no incluir en el futuro información sobre el aceite de palma ni sus derivados en la aplicación “Alimenthia” ni en su comunicación”.

3.- La Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible no presentará nueva reclamación contra ATRAM DIGITAL SOLUTIONS S.L. por la comunicación realizada hasta la fecha ante otras instancias o administraciones”.

Además, en el Acuerdo de Mediación ambas partes consintieron en que el expediente abierto ante AUTOCONTROL, como consecuencia de la reclamación interpuesta contra la Publicidad Reclamada, finalizara con dicho Acuerdo de Mediación.

5. Con posterioridad, el pasado 29 de julio de 2020 la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible presentó, ante este Jurado, una reclamación en relación con el Acuerdo de Mediación, alegando que, si bien el compromiso recogido en el apartado 1.- b) del Acuerdo de Mediación había sido cumplido por la empresa anunciante, el compromiso recogido en el apartado 1.- a) y, en consecuencia, el compromiso recogido en el apartado 2 no se habían cumplido.

Asimismo, la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible indicó en su escrito de reclamación que había instado a la empresa anunciante, mediante correo electrónico, al cumplimiento inmediato del Acuerdo de Mediación, sin obtener respuesta. La reclamante solicitó en su escrito las actuaciones oportunas por parte de este Jurado.

6. A fin de acreditar el objeto de su actual reclamación, la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible adjuntó diversas capturas de pantalla de móvil de la Publicidad Reclamada. Posteriormente y como complemento a su reclamación, mediante correo electrónico de fecha 7 de agosto de 2020, la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible hizo llegar a este Jurado capturas de pantalla actualizadas de la Publicidad Reclamada, manifestando que la entidad anunciante seguía incumpliendo el Acuerdo de Mediación.
7. Por último, cabe indicar que la entidad reclamada no ha presentado escrito de alegaciones en respuesta a la reclamación formulada por la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible en relación con el alegado incumplimiento del Acuerdo de Mediación.

## II. Fundamentos.

1. Con carácter previo al pronunciamiento sobre la reclamación planteada, el Jurado cree conveniente precisar que la presente resolución ha de limitarse a resolver la cuestión que ha sido objeto de la presente reclamación. Así, tal y como se desprende de los antecedentes de hecho expuestos, el escrito de reclamación que ha dado origen al presente procedimiento se focaliza en el eventual incumplimiento del Acuerdo de Mediación por parte de la empresa anunciante. Y por tanto, es sobre ese eventual incumplimiento sobre lo que ha de pronunciarse el Jurado.

2. Aclarado lo anterior, le corresponde a este Jurado determinar si la reclamada ha incumplido los compromisos adquiridos en el Acuerdo de Mediación alcanzado entre esta y la Fundación Española de Aceite de Palma Sostenible. En concreto, los compromisos recogidos en los apartados 1.- a) y 2.

En el primero de ellos, la reclamada se comprometía, en un plazo de dos semanas a contar desde la firma del Acuerdo de Mediación, a eliminar la información relativa al aceite de palma y sus derivados de la aplicación “Alimenthia” así como de cualquier comunicación que sobre ella realice, especialmente en el apartado de “aditivos”.

En el segundo, se comprometía a no incluir en el futuro información sobre el aceite de palma ni sus derivados en la aplicación “Alimenthia” ni en su comunicación.

3. Pues bien, la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible ha aportado prueba en la que consta que, superado el plazo de dos semanas comprometido en el Acuerdo de Mediación, la aplicación “Alimenthia” ha mantenido información sobre el aceite de palma y sus derivados y, en concreto, en el apartado relativo a “aditivos”.

A modo de ejemplo, la reclamante aporta pantallazo de dicha aplicación en los que se observa que, tras el titular “Aditivos” se incluye, entre otros, “aceite de palma”, “aceite de palma epoxidado” o “cetil palmitato”.

En atención a lo anterior, esta Sección entiende que, en el caso que nos ocupa, la entidad reclamada ha incumplido el apartado 1.- a) y, en consecuencia, el apartado 2 del Acuerdo de Mediación.

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

## ACUERDA

**1º.-** Declarar el incumplimiento de los apartados 1.- a) y 2 del Acuerdo de Mediación por parte de Atram Digital Solutions, S.L. (Alimenthia).

**2º.-** Instar a la empresa anunciante, Atram Digital Solutions, S.L. (Alimenthia), a la rectificación de la Publicidad Reclamada en el sentido expresado en el Acuerdo de Mediación.