

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Asociación de Usuarios de la Comunicación
Reclamado	Laboratorios Anroch (Cidifar)
Título	Sirtuvid Radio
Nº de asunto	198/R/NOVIEMBRE/2020
Fase del proceso	Primera Instancia – Sección Segunda
Fecha	26 de noviembre de 2020

Resolución de 26 de noviembre de 2020 de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL por la que se estima una reclamación presentada por AUC contra una publicidad de la que es responsable Laboratorios Anroch (Cidifar). La Sección consideró que la publicidad resultaba contraria a la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

RESUMEN

Resolución de 26 de noviembre de 2020 de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL por la que se estima una reclamación presentada por AUC contra una publicidad de la que es responsable Laboratorios Anroch (Cidifar).

La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en radio en la que se puede escuchar: *“¿Falta de energía?, ¿falta de vitalidad? SIRTUVID. Con una sola cápsula al día es capaz de aportar todo lo que tu organismo necesita. Que levantarte por la mañana no sea un problema. SIRTUVID ANTIOXIDANTE te cuida por dentro y se nota por fuera. De Laboratorios Anroch, porque tú, eres lo primero”*.

El Jurado consideró que la publicidad infringía la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en relación con el art. 10.1 del 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, toda vez que las declaraciones de propiedades saludables incluidas en el anuncio no se correspondían con ninguna declaración autorizada en la que pudiese ampararse su lícita utilización.

En Madrid, a 26 de noviembre de 2020, reunida la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Julio Costas Comesaña 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 Laboratorios Anroch (Cidifar), emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 13 de noviembre de 2020, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante “AUC”) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Laboratorios Anroch (Cidifar).
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en radio por la empresa Laboratorios Anroch (Cidifar) en la que se promueve un complemento alimenticio denominado “Sirtuvid”. En ella se vierten, entre otras, las siguientes alegaciones: *“¿Falta de energía?, ¿falta de vitalidad? SIRTUVID. Con una sola cápsula al día es capaz de aportar todo lo que tu organismo necesita. Que levantarte por la mañana no sea un problema. SIRTUVID ANTIOXIDANTE te cuida por dentro y se nota por fuera. De Laboratorios Anroch, porque tú, eres lo primero”*.

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

3. Según expone AUC en su escrito de reclamación, la publicidad Reclamada contraviene la Norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en adelante, el “**Código de AUTOCONTROL**”) porque atribuye al producto promovido propiedades beneficiosas para la salud relacionadas con la vitalidad y energía física que no están debidamente autorizadas, por lo que infringe los apartados d) y e) del artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; los artículos 5, 7 y 18 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal; el artículo 44 de la Ley 17/2011, de 5 de julio de Seguridad Alimentaria y Nutrición, 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; y los artículos 2.2.5, 6, 10.3 y 13.1 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 (en adelante, “**Reglamento 1924/2006**”).

Por todo ello, AUC solicita al Jurado que declare ilícita la publicidad reclamada y requiera a la empresa Laboratorios Anroch (Cidifar) su cese o rectificación inmediatos.

4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En ella alega que la publicidad reclamada no infringe el Reglamento 1924/2006 porque la declaración *“ayuda a disminuir el cansancio y la fatiga”* está incluida entre las declaraciones autorizadas en el Reglamento 432/2012 respecto de la Vitamina C. Además adjunta un Copy-

Advice emitido por la Asociación para la Autorregulación de la comunicación comercial que, a su juicio, respalda su licitud.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos, 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: *“Las comunicaciones comerciales deben respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución”*.
2. Este principio, en el caso que nos ocupa, ha de ponerse en relación con el citado Reglamento 1924/2006. Esta norma se aplica a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, entendiendo 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).
3. A la vista del tenor del Reglamento 1924/2006 no cabe duda de que éste resulta aplicable a la publicidad reclamada, ya que ésta contiene alegaciones y mensajes que constituyen declaraciones de propiedades saludables, según las definiciones recogidas en el citado artículo 2.2.5) del Reglamento 1924/2006. Al respecto, baste recordar las siguientes alegaciones que se incluyen en ella: *“Falta de energía, falta de vitalidad. SIRTUVID. Con una sola cápsula al día es capaz de aportar todo lo que tu organismo necesita. Que levantarte por la mañana no sea un problema. SIRTUVID ANTIOXIDANTE te cuida por dentro y se nota por fuera”*.
4. 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”*.
5. 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.
6. En la publicidad reclamada se incluyen, como hemos visto, diversas declaraciones de propiedades saludables. 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 respaldarse la lícita utilización de esas alegaciones. Por consiguiente, ésta es incompatible con la norma 2 del Código de AUTOCONTROL en relación con el artículo 10.1 del Reglamento 1924/2006.
7. Y frente a esta conclusión anterior no cabe alegar, como hace la reclamada en su escrito, que la licitud de las declaraciones de propiedades saludables que se vierten en la publicidad estarían amparadas por el Reglamento 432/2012, puesto que éste incluye la declaración *“ayuda a disminuir el cansancio y la fatiga”* entre las declaraciones autorizadas respecto de la Vitamina C.

La razón es sencilla: en la publicidad reclamada en ningún momento se incluye la declaración autorizada según la cual la vitamina C contribuye a disminuir el cansancio y la fatiga. De hecho, las declaraciones incluidas en la publicidad, al margen ya de que no se corresponden con la autorizada, ni siquiera se vinculan a la Vitamina C, nutriente para el cual habría sido autorizada la declaración de reducción del cansancio y la fatiga en el Reglamento 432/2012.

8. Finalmente, y a la luz de las alegaciones de la reclamada, conviene también dejar claro que el Copy Advice que aquélla adjunta en su escrito de contestación para respaldar la licitud de la publicidad reclamada, al margen de que no es vinculante para este Jurado, examinó una publicidad completamente distinta de la que es objeto de la presente controversia. Al respecto basta advertir que las alegaciones que se incluyen en la publicidad analizada en el Copy Advice (esto es: *“nos ayuda a protegernos del envejecimiento celular”* y *“Contribuyendo a la protección de las células frente al daño oxidativo”*) son completamente diferentes de las que se vierten en la publicidad reclamada respecto del producto promovido

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

ACUERDA

1. Estimar la reclamación presentada por AUC contra una publicidad de la que es responsable la empresa Laboratorios Anroch (Cidifar).
2. Declarar que la publicidad reclamada infringe la Norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.
3. Instar al anunciante la cesación de la publicidad reclamada.