

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Química del Centro, S.A.
Reclamada	AC Marca Brands, S.L.
Nombre del asunto	Sanytol
Nº de asunto	25/R/FEBRERO 2021
Fase del proceso	Primera Instancia
Órgano	Sección Sexta
Fecha	29 de marzo de 2021

Resolución de 29 de marzo de 2021, de la Sección Sexta del Jurado, por la que se estima la reclamación presentada por la mercantil Química del Centro, S.A., frente a una publicidad de la que es responsable la empresa AC Marca Brands, S.L. La Sección estimó la reclamación, considerando infringidas las normas 2 y 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

RESUMEN

Resolución de 29 de marzo de 2021, de la Sección Sexta del Jurado, por la que se estima la reclamación presentada por la mercantil Química del Centro, S.A., frente a una publicidad de la que es responsable la empresa AC Marca Brands, S.L.

La reclamación se dirige frente a la publicidad – difundida en marquesinas, en puntos de venta y en televisión- de los productos comercializados bajo la marca “Sanytol Limpiador Desinfectante Multisuperficies” y “Sanytol Desinfectante Limpiahogar”.

En la publicidad difundida en marquesinas puede observarse una imagen de los productos reclamados junto a la mención: “Nº1 en desinfección sin lejía. Elimina bacterias y virus como Coronavirus SARS-CoV-2 (COVID 19)”. En la publicidad difundida en puntos de venta consta, junto al producto “Sanytol Limpiador Desinfectante Multisuperficies”, la alegación: “Elimina los virus. Coronavirus humano y de la gripe A”. Por último, en la publicidad en televisión se incorpora la siguiente información: “Nº1 en desinfección sin lejía. Testado contra el virus del COVID 19” en relación con los productos reclamados.

El núcleo de la controversia giraba en torno a si los productos de Sanytol objeto de la publicidad reclamada podían predicar que tienen eficacia específica frente al COVID 19. El Jurado, a la vista de la complejidad técnica de la cuestión, acordó elevar una consulta a la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad.

La respuesta íntegra de la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad puede consultarse en el texto completo de la Resolución del Jurado. Ahora destacamos únicamente las conclusiones de la misma:

- (a) Un producto puede alegar eficacia frente al COVID 19 siempre que el Registro de biocidas le reconozca específicamente dicha eficacia.
- (b) Un producto puede alegar eficacia frente al COVID 19 cuando, aun no estando dicha eficacia específicamente reconocida en el Registro de biocidas, cuente con estudios suficientes que acrediten dicha eficacia y hayan dado lugar a una resolución afirmativa por parte del Ministerio de Sanidad a tales efectos.
- (c) Fuera de las hipótesis previas, un producto no podría alegar eficacia frente al COVID 19. Sin embargo, en el caso de que el producto tenga eficacia autorizada frente a virus envueltos sí sería posible alegar dicha eficacia específica frente a virus envueltos citando como ejemplo de este tipo de virus el COVID 19.

Establecido lo anterior, el Jurado acordó que la publicidad era contraria a la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en tanto los productos de Sanytol no podían acogerse a los escenarios a) y/o b) planteados por la Dirección General de Salud Pública.

Por otro lado, el Jurado también apreció infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en tanto consideró que mediante la alegación “Nº1 en desinfección en lejía” Sanytol trasladaba un mensaje publicitario relativo a que su empresa es líder en desinfección en lejía sin especificar en qué parámetro lo es: por ejemplo, ventas, distribución, preferencias de consumidores, calidad de sus productos, eficacia de la desinfección, etc. En consecuencia, el público de los consumidores, podía atribuir a Sanytol una posición de liderazgo en parámetros diversos cuando, según la reclamada, dicha alusión hacía referencia únicamente a que son líderes en ventas.

En Madrid, 29 de marzo de 2021, reunida la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Manuel Otero Lastres, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la mercantil Química del Centro, S.A. en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa AC Marca Brands, S.L. emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 23 de febrero de 2021, Química del Centro, S.A. (en adelante, “**Sanicentro**”) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa AC Marca Brands, S.L. (en lo sucesivo, “**Sanytol**”).
2. La reclamación se dirige frente a la publicidad de los productos comercializados bajo la marca “Sanytol Limpiador Desinfectante Multisuperficies” y “Sanytol Desinfectante Limpiahogar”. La mencionada publicidad ha sido difundida en marquesinas, en puntos de venta y en televisión.

En la publicidad difundida en marquesinas puede observarse una imagen de los productos reclamados junto a la mención: “Nº1 en desinfección sin lejía. Elimina bacterias y virus como Coronavirus SARS-CoV-2 (COVID 19)”. En la publicidad difundida en puntos de venta consta, junto al producto “Sanytol Limpiador Desinfectante Multisuperficies”, la alegación: “Elimina los virus. Coronavirus humano y de la gripe A”. Por último, en la publicidad en televisión se incorpora la siguiente información: “Nº1 en desinfección sin lejía. Testado contra el virus del COVID 19” en relación con los productos reclamados.

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, Sanicentro considera que la publicidad de Sanytol infringe las normas 2 y 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en adelante, “**Código de AUTOCONTROL**”), y por ello solicita al Jurado que declare la publicidad contraria a las citadas normas e inste a la reclamada al cese inmediato de la difusión de la publicidad.

En primer lugar, Sanicentro considera infringida la norma 2 del Código de AUTOCONTROL en relación con el Reglamento (UE) Nº 528/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2012, relativo a la comercialización y el uso de los biocidas (en lo sucesivo, “**Reglamento 528/2012**”).

Señala que la Publicidad Reclamada atribuye a los productos de Sanytol eficacia frente al COVID 19 lo cual no sería conforme al Reglamento 528/2012 que estipula que la publicidad de biocidas debe ajustarse a las características autorizadas para su comercialización y no deben inducir a error respecto a su eficacia. En este sentido, Sanicentro afirma que en el Registro de plaguicidas

no agrícolas o biocidas del Ministerio de Sanidad (en adelante, el “**Registro de biocidas**”) no consta que los productos reclamados tengan eficacia frente al COVID 19.

En segundo lugar, Sanicentro considera que la publicidad es engañosa y, por tanto, infringe la norma 14 del Código de AUTOCONTROL, en la medida en que la Publicidad Reclamada incluye una alegación de tono excluyente – “Nº1 en desinfección sin lejía”- que no incorpora ningún tipo de matiz o precisión que pueda limitar o concretar el alcance de la misma.

4. Traslada la reclamación a Sanytol, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En dicho escrito manifiesta, en primer lugar, que la Publicidad Reclamada dejó de difundirse en enero de 2021.

En segundo lugar, y en relación con una posible infracción del Reglamento 528/2012, Sanytol señala que el Ministerio de Sanidad publicó un listado de productos viricidas autorizados en España para combatir la propagación del COVID 19 que incluye los productos que son objeto de la presente reclamación – “Sanytol Limpiador Desinfectante Multisuperficies” y “Sanytol Desinfectante Limpiahogar Eucaliptus”-.

Además, añade que con la finalidad de precisar el alcance de la eficacia viricida de sus productos, Sanytol ha llevado a cabo ensayos específicos donde se concluiría que sus productos son eficaces frente al COVID 19. Estos ensayos se encuentran ya depositados en el Ministerio de Sanidad a los efectos de que se incorpore la correspondiente eficacia en el Registro de biocidas. En este sentido, Sanytol aporta un extracto de la certificación emitida por el laboratorio de los ensayos confirmando dicha eficacia e informa que el ensayo realizado – objeto de la mencionada certificación- no es aportado al procedimiento por entender que su contenido constituye secreto empresarial.

Por último, y en relación con la alegación “Nº1 en desinfección sin lejía”, Sanytol manifiesta que sus productos son, destacadamente, los más vendidos en el sector global de limpiadores de hogar multiusos y limpiadores sin lejía tal y como se desprendería del certificado de ventas IRI que aporta como prueba al presente procedimiento.

5. El 4 de marzo de 2021, la Sección Sexta del Jurado, a la vista de los escritos de las partes, y con el objetivo de dar una mejor resolución del presente procedimiento, acordó elevar consulta a la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad, con el fin de determinar si:
 - (i) Para realizar alegaciones publicitarias de eficacia de un determinado producto frente al COVID 19 es necesario que dicho producto esté incluido en el “Listado de viricidas autorizados en España para uso ambiental (PT2), industria alimentaria (PT4) e higiene humana (PT1)” (en adelante, “**Listado de viricidas**”)– listado compuesto por dos partes diferenciadas. La primera de ellas referida a productos viricidas autorizados y registrados en España que han demostrado eficacia frente a virus atendiendo a la norma UNE-EN 14476. Y la segunda de ellas referida a productos que además han demostrado eficacia viricida frente a virus envueltos-;
 - (ii) En caso de respuesta afirmativa, si sería indiferente en cuál de las dos partes del listado esté incluido el producto o si, por el contrario, debe estar incluido de manera específica en alguna de ellas; y
 - (iii) En el supuesto de que las respuestas previas determinasen que no es posible

realizar alegaciones publicitarias sobre la eficacia de un determinado producto frente al COVID 19, si con base en el ensayo de eficacia que se ha aportado al Ministerio de Sanidad resultaría posible realizar alegaciones de estas características.

Con fecha 22 de marzo de 2021 la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad hizo llegar a la Secretaría de este Jurado su contestación a la consulta planteada, cuyo contenido se reproducirá a continuación en los fundamentos deontológicos de la presente Resolución, así como las alegaciones de las partes a dicha respuesta.

II. Fundamentos deontológicos.

1. Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, este Jurado debe resolver una cuestión de orden procedimental. De conformidad con lo establecido en el artículo 13.2 del Reglamento del Jurado *“no se tramitarán reclamaciones sobre anuncios que no se hubieran difundido en los doce meses anteriores, salvo en los supuestos previstos en el artículo 12.3 de este 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”*.

Pues bien, aun cuando la mercantil reclamada afirma que la publicidad ya ha cesado con anterioridad a la presentación de la reclamación, ésta debe ser objeto de examen por parte del Jurado. En efecto, la reclamada no ha aceptado la reclamación y, según afirma, cesó la publicidad objeto del presente procedimiento en enero de 2021, lo que significa que la publicidad fue difundida dentro de los doce meses anteriores a la presentación de la reclamación que ha dado origen al mismo.

Por consiguiente, y como avanzábamos, este Jurado ha de tramitar y, por tanto, resolver la reclamación presentada.

2. Entrando ya en el fondo del asunto planteado, a la luz de los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe, en primer lugar, analizar si la Publicidad Reclamada vulnera el Principio de Legalidad consagrado en la norma 2 del Código de Autocontrol el cual establece lo siguiente: *“Las comunicaciones comerciales deben respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución”* en relación con el Reglamento 528/2012. Es decir, el Jurado debe dilucidar si los productos de Sanytol objeto de la Publicidad Reclamada pueden predicar que tienen eficacia específica frente al COVID 19.
3. A la vista de lo anterior, y dada la complejidad técnica de la cuestión, la Sección, en su reunión de 4 de marzo de 2021, decidió elevar consulta a la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad con la finalidad de conocer, tal y como se ha expuesto en los antecedentes de hecho, los siguientes extremos:
 - (i) Si para realizar alegaciones publicitarias de eficacia de un determinado producto frente al COVID 19 es necesario que dicho producto esté incluido en el “Listado de viricidas” – listado compuesto por dos partes diferenciadas. La primera de ellas referida a productos viricidas autorizados y registrados en

España que han demostrado eficacia frente a virus atendiendo a la norma UNE-EN 14476. Y la segunda de ellas referida a productos que además han demostrado eficacia viricida frente a virus envueltos-;

- (ii) En caso de respuesta afirmativa, si sería indiferente en cuál de las dos partes del listado esté incluido el producto o si, por el contrario, debe estar incluido de manera específica en alguna de ellas; y
- (iii) En el supuesto de que las respuestas previas determinasen que no es posible realizar alegaciones publicitarias sobre la eficacia de un determinado producto frente al COVID 19, si con base en el ensayo de eficacia que se ha aportado al Ministerio de Sanidad resultaría posible realizar alegaciones de estas características.

5. El 22 de marzo de 2021 la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad hizo llegar a la Secretaría de este Jurado su respuesta que se reproduce a continuación:

“El listado de productos viricidas registrados no tiene carácter legal, sino que es un documento informativo elaborado para facilitar al ciudadano la necesidad de información durante la pandemia ocasionada por el coronavirus SARS-CoV-2. Dicho listado informa sobre los productos autorizados y registrados con eficacia viricida. Es el propio registro y autorización el que permite realizar alegaciones publicitarias siempre y cuando estén contempladas en la resolución de autorización correspondiente. El hecho de que un producto esté autorizado conlleva su inclusión en el listado, pero podrían existir circunstancias por las que un producto estuviera legalmente autorizado (y, por tanto, podría realizar alegaciones publicitarias) sin estar incluido en el listado informativo que aparece en la página web como sería el caso de que en el momento de la consulta, el listado no se hubiera actualizado.

En relación con la situación del producto en el listado y, dado que el SARS-CoV-2 es un virus envuelto, es indiferente en cual de las dos partes esté incluido el producto.

Confirmamos que hemos recibido el ensayo de eficacia que menciona en su escrito que, actualmente, se encuentra en fase de evaluación. Cuando esta concluya se emitirá una resolución que en caso de que sea afirmativa permitirá publicitar dicha eficacia. Dicho esto, hacer alusión al coronavirus como ejemplo del tipo de virus (envueltos) frente a los que es eficaz el producto tampoco sería incorrecto”.

6. Ante dicha respuesta las partes formularon las siguientes alegaciones.

Sanicentro, aporta copia de un email donde consulta al Ministerio de Sanidad sobre la licitud de predicar alegaciones de eficacia frente al COVID 19 de productos que no tienen esta eficacia expresamente reconocida en el Registro de biocidas. Ante esta pregunta, el Ministerio de Sanidad responde lo siguiente: *“En respuesta a su consulta le informamos que no hay un ensayo por el momento que acredite la eficacia frente al virus SARS-CoV-2, por lo que no debe hacerse esta alegación. Los desinfectantes que figuran en la Lista de viricidas autorizados del Ministerio de Sanidad, han demostrado eficacia frente a virus encapsulados, entre los que se encuentra el coronavirus, pero, como decimos, no se ha acreditado específicamente frente a dicho virus”.*

Por su parte, la reclamada realiza las siguientes consideraciones: (i) cuando ha sido difundida la Publicidad Reclamada los productos de Sanytol no solo estaban incluidos en el Listado de viricidas sino que además venían respaldados por unos específicos ensayos de eficacia viricida

frente al COVID 19; (ii) ha sido la propia Dirección General de Salud Pública quien ante la propagación de la pandemia generada por el coronavirus SARS-CoV-2 ha considerado pertinente informar a los ciudadanos sobre los productos viricidas autorizados en España. De manera que si, en el contexto de la pandemia, la propia Autoridad Competente se ha permitido sacrificar el rigor de los registros y publicitar como genéricamente idóneos para los coronavirus unos productos sin eficacia testada en particular contra el COVID 19, mayor razón asiste para publicitar tal eficacia a aquellos fabricantes cuyos productos hayan sido efectivamente testados contra el COVID-19.

7. Pues bien, a la vista de lo anterior y ciñéndose este Jurado a la respuesta ofrecida por la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad, cabe extraer tres posibles supuestos en aras de predicar alegaciones publicitarias de un determinado viricida frente al COVID 19:

- (d) Un producto puede alegar eficacia frente al COVID 19 siempre que el Registro de biocidas le reconozca específicamente dicha eficacia.
- (e) Un producto puede alegar eficacia frente al COVID 19 cuando, aun no estando dicha eficacia específicamente reconocida en el Registro de biocidas, cuente con estudios suficientes que acrediten dicha eficacia y hayan dado lugar a una resolución afirmativa por parte del Ministerio de Sanidad a tales efectos.
- (f) Fuera de las hipótesis previas, un producto no podría alegar eficacia frente al COVID 19. Sin embargo, en el caso de que el producto tenga eficacia autorizada frente a virus envueltos sí sería posible alegar dicha eficacia específica frente a virus envueltos citando como ejemplo de este tipo de virus el COVID 19.

8. Establecido lo anterior, y trasladando los distintos escenarios al presente supuesto, esta Sección debe realizar las siguientes consideraciones.

En primer lugar, y en relación con el primero de los posibles supuestos - *Un producto puede alegar eficacia frente al COVID 19 siempre que el Registro de biocidas le reconozca específicamente dicha eficacia*- debemos señalar que no es un hecho controvertido entre las partes que los productos a los que se refiere la Publicidad Reclamada se encuentran inscritos en el Registro de biocidas. En éste se recogen los datos de eficacia relativos a cada uno de ellos que transcribimos a continuación:

- Sanytol Desinfectante Limpiahogar Eucaliptus: *“Cumple la Norma UNE-EN 13697 en condiciones sucias. Antisépticos y desinfectantes químicos. Ensayo cuantitativo de superficie no porosa para la evaluación de la actividad bactericida y fungicida de los desinfectantes químicos utilizados en productos alimenticios, en la industria, en el hogar y en la colectividad. Cumple la Norma UNE-EN 14476 en condiciones sucias, a una concentración de 50%, con 5 minutos de contacto y a 20 °C de temperatura, para fines específicos con el microorganismo de ensayo Coronavirus humano 229E”.*
- Sanytol Limpiador Desinfectante Multisuperficies: *“Cumple la Norma UNE-EN 13697 en condiciones sucias. Antisépticos y desinfectantes químicos. Ensayo cuantitativo de superficie no porosa para la evaluación de la actividad bactericida y fungicida de los desinfectantes químicos utilizados en productos alimenticios, en la industria, en el hogar y en la colectividad. Cumple la Norma UNE-EN 13697 en condiciones sucias para fines específicos con los organismos de ensayo: Salmonella enterica, Listeria monocytogenes, Shigella flexneri, Campylobacter jejuni, Clostridium sporogenes, Microsporium canis,*

Trichosporum asahii y Trichosporum cutaneum. Cumple la Norma UNE-EN 14476 en condiciones sucias, a una concentración de 25%, con 5 minutos de contacto y a 20 °C de temperatura para fines específicos con los organismos de ensayo: Herpesvirus simple tipo 1 y virus Influenza A (H1N1). Cumple la Norma UNE-EN 14476 en condiciones sucias, a una concentración de 50%, con 5 minutos de contacto y a 20 °C de temperatura para fines específicos con el organismo de ensayo: Coronavirus humano 229E”.

Pues bien, como puede observarse, los datos de eficacia que se refieren a los productos objeto de la presente Resolución no recogen expresamente que estos viricidas tengan eficacia frente al COVID 19. Por tanto, esta Sección debe concluir que el primero de los supuestos expuestos por la Dirección General de Salud Pública en respuesta a la consulta planteada por este Jurado no tendría cabida en el caso que nos ocupa.

9. En segundo lugar, y en relación con el segundo de los posibles escenarios - *Un producto puede alegar eficacia frente al COVID 19 cuando, aun no estando dicha eficacia específicamente reconocida en el Registro de biocidas, cuente con estudios suficientes que acrediten dicha eficacia y hayan dado lugar a una resolución afirmativa por parte del Ministerio de Sanidad a tales efectos-* si bien la reclamada ha manifestado que actualmente se encuentra depositado en el Ministerio de Sanidad un ensayo de eficacia específica de la formulación de sus productos frente al COVID 19, lo cierto es que dicho ensayo no cuenta todavía con una Resolución afirmativa por parte del Ministerio de Sanidad tal y como indica expresamente este Órgano en su respuesta a la consulta efectuada por este Jurado. En consecuencia, y hasta que no haya un pronunciamiento expreso por parte del Ministerio de Sanidad a tales efectos, esta Sección debe señalar que la reclamada tampoco podría acogerse a esta segunda hipótesis.
10. En tercer lugar, y en relación con el último de los supuestos planteados por la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad - *Fuera de las hipótesis previas, un producto no podría alegar eficacia frente al COVID 19. Sin embargo, en el caso de que el producto tenga eficacia autorizada frente a virus envueltos sí sería posible alegar dicha eficacia específica frente a un virus citando como ejemplo de este tipo de virus el COVID 19-* esta Sección debe señalar que los productos de Sanytol objeto de la presente Resolución figuran en el Listado de viricidas publicado por el Ministerio de Sanidad. Circunstancia que no es controvertida entre las partes.

En particular los productos sobre los que versa la Publicidad Reclamada se encuentran recogidos en la segunda de las partes de dicho Listado que está precedida por el siguiente texto: *“Por otro lado, considerando la necesidad de estos productos biocidas, y en previsión de un posible desabastecimiento, el Ministerio de Sanidad ha considerado también realizar el siguiente listado en el que figuran productos virucidas autorizados y registrados para uso ambiental (TP2) e industria alimentaria (TP4) en España que han demostrado eficacia frente a virus envueltos, teniendo en cuenta que el coronavirus SARS-CoV-2 es también un virus envuelto y considerando las sustancias activas, concentraciones de las mismas que están incluidas en los productos biocidas que figuran en este documento así como la información existente hasta la fecha”.*

11. Establecido lo anterior, este Jurado debe concluir que la Publicidad Reclamada, tal y como está configurada y dado el contexto social en el que se difunde, atribuye a los productos de Sanytol eficacia expresa frente al COVID 19 a través de alegaciones como “Elimina bacterias y virus como Coronavirus SARS-CoV-2 (COVID 19)”, “Elimina los virus. Coronavirus humano y de la gripe A” y “Testado contra el virus del COVID 19”.

Pues bien, dado que tal y como se ha expuesto en los fundamentos deontológicos previos, no se cumplen ninguna de las dos premisas establecidas por la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad para poder realizar este tipo de alegaciones, el Jurado debe concluir que las mismas resultan contraria al Principio de Legalidad recogido en la norma 2 del Código de Autocontrol en relación con el Reglamento 528/2012.

No obstante lo anterior, y a mayor abundamiento, esta Sección debe reseñar que nada cabría objetar, tal y como indica la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad, si la configuración de la Publicidad Reclamada se limitara a predicar la eficacia de los productos de Sanytol frente a los virus envueltos y pusiera como ejemplo de este tipo de virus al COVID 19.

12. Por lo demás, y fuera ya de las cuestiones que han sido objeto del pronunciamiento por parte de la Dirección General de Salud Pública, existe una cuestión ulterior que también ha sido objeto de reclamación. Así, esta Sección debe analizar si la alegación “Nº1 en desinfección sin lejía” resulta o no contraria al Principio de Veracidad recogido en la norma 14 del Código de AUTOCONTROL, el cual dispone lo siguiente: *“1. 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: a) La existencia o la naturaleza del bien o servicio. 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”*.

Establecido lo anterior, no es un hecho controvertido entre las partes la calificación de la citada alegación como una alegación de tono excluyente. Así, este Jurado ha definido esta modalidad publicitaria como: *“toda alegación con un contenido informativo y comprobable que es tomada en serio por el público al que se dirige o alcanza, y a través de la cual se manifiesta que la empresa, producto o servicio anunciados ocupan la posición preeminente en el mercado, posición que no es alcanzada por ningún competidor”*. Se trata por tanto de una modalidad publicitaria en la que el empresario anunciante pone de manifiesto su posición de preeminencia o liderazgo frente a todos sus competidores en el mercado.

13. Llegados a este punto, conviene señalar que este mensaje de liderazgo o supremacía absoluto – sin especificación del extremo o parámetro en relación con el cual se ocupa la posición de número 1- ya ha sido objeto de análisis por este Jurado en numerosas ocasiones.

Así, a modo de ejemplo, conviene mencionar la Resolución del Pleno del Jurado de 8 de octubre de 2015 Gallina Blanca vs Comercial Gallo asunto “Soba Original” que concluyó: *“En efecto, tal y como señaló la Resolución de instancia, la expresión “nº 1” constituye una alegación de tono excluyente que puede ser utilizada para expresar el liderazgo en diversos ámbitos por lo que, salvo que exista alguna matización adicional en la publicidad que concrete el parámetro de la comparación, un consumidor podría concluir erróneamente que el producto promocionado es líder en atención a extremos de la más diversa índole. Dicho con otras palabras, la utilización de la expresión nº 1 sin precisar en qué extremo se ocupa la invocada posición de liderazgo puede llevar al público de los consumidores a atribuir al anunciante posiciones de liderazgo o supremacía en extremos en los que realmente no se ocupan. De donde se desprende que cuando*

la posición de liderazgo se ocupa en relación con un concreto parámetro (como puedan ser las ventas), debe precisarse en la publicidad, para así evitar que los consumidores puedan interpretar la expresión nº 1 como alusiva a extremos distintos en los que no se ocupa una posición de supremacía”.

La aplicación de la anterior doctrina (constante) del Jurado al caso que nos ocupa debe llevarnos a concluir que la publicidad objeto de reclamación infringe también en este punto la norma 14 del Código de Autocontrol. En efecto, mediante la alegación “Nº1 en desinfección en lejía” Sanytol traslada un mensaje publicitario relativo a que su empresa es líder en desinfección en lejía sin especificar en qué parámetro lo es: por ejemplo, ventas, distribución, preferencias de consumidores, calidad de sus productos, eficacia de la desinfección, etc. En consecuencia, el público de los consumidores, puede atribuir a Sanytol una posición de liderazgo en parámetros diversos. Sin embargo, la propia reclamada manifiesta en su contestación a la reclamación presentada que dicha alusión hace referencia únicamente a que son líderes en ventas. En consecuencia, el Jurado debe concluir que el mensaje transmitido por la publicidad reclamada es susceptible de inducir a error, por lo que debe estimarse la reclamación en este punto.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

1. Estimar la reclamación presentada por Química del Centro, S.A. frente a una publicidad de la que es responsable la empresa AC Marca Brands, S.L.
2. Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 2 y la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, en el sentido expuesto en los fundamentos deontológicos de la presente Resolución.
3. Instar a la empresa AC Marca Brands, S.L. la rectificación de la publicidad reclamada.
4. Imponer a AC Marca Brands, S.L. el pago de las tasas que eventualmente pudieran devengarse ante AUTOCONTROL, por la tramitación del presente procedimiento, de conformidad con las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de AUTOCONTROL.