

Asociación de Autocontrol de la Publicidad

Conde de Peñalver, 52-1ºD
28006 Madrid

Madrid, a 31 de Julio de 2007

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACION de la que es Presidente, viene a presentar por medio de este escrito reclamación ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad contra **la cadena de distribución LIDL**, en base a las siguientes alegaciones:

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante AUC) es una organización sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/1984 General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores del Instituto Nacional de Consumo y es miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios, creado en desarrollo de la Ley 26/1984, por el Real Decreto 2211/1995 de 28 de Diciembre.
2. La AUC está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la citada Ley 26/1984; la Ley 34/1988, General de Publicidad; la Ley 3/1991 de Competencia Desleal; la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de la Contratación, y la Ley 25/1994, modificada por la Ley 22/1999 que incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva conocida como de la Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento e identificación de ilícitos publicitarios hemos detectado un reportaje en la revista de la cadena de distribución **LIDL**, del pasado 6 de julio, que tanto por las características del soporte como por el mensaje comercial asociado a la ilustración del mismo puede considerarse publirreportaje, con el título "cerveza terapéutica". En dicho publirreportaje se incluyen extremos como los siguientes: *"un consumo moderado (...) aporta los nutrientes de vitamina B12 y ácido fólico que necesita el organismo", "podría disminuir en un 17% el riesgo de infección del helicobacter pylori, declarado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como agente cancerígeno implicado, entre otras enfermedades, en la úlcera gastroduodenal y el cáncer gástrico", "aporte de proteínas, carbohidratos, sales y agua", "ayuda a prevenir la osteoporosis gracias al silicio, un mineral presente en ella y que participa en la calcificación de los huesos", "también lo es para generar colesterol bueno, ya que favorece la concentración de lipoproteínas de alta densidad (HDL)", "consigue reducir los riesgos de enfermedades y accidentes cardiovasculares frente a las posibilidades de los abstemios", "disminuye la absorción de glucosa y grasa y se caracteriza por sus propiedades antioxidantes porque los extractos empleados en su elaboración protegen a las células favoreciendo el retraso de su envejecimiento", "altamente diurética".*

4. Consideramos que este anuncio incumple la legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol, en base a los siguientes fundamentos

De Derecho

1. La **Ley 34/1988**, de 11 de noviembre, General de Publicidad señala en su artículo 3, que es ilícita....b) la publicidad engañosa.... e) la que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes actividades o servicios.
2. El **Reglamento 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, señala en su artículo 4.3 que las bebidas con una graduación superior al 1,2 % en volumen de alcohol no podrán figurar declaraciones de propiedades saludables. En cuanto a las declaraciones nutricionales, sólo estarán autorizadas las que se refieran a bajos índices de alcohol o a la reducción del contenido de alcohol o de energía en bebidas con una graduación superior al 1,2 % en volumen de alcohol.

Asimismo, el artículo 4.4 indica que en ausencia de normas comunitarias específicas relativas a las declaraciones nutricionales referentes a bajos índices de alcohol o a la reducción o ausencia de alcohol o energía en las bebidas que contienen normalmente alcohol, podrán aplicarse las normas nacionales pertinentes, en cumplimiento de las disposiciones del Tratado.

3. El publisreportaje denunciado asocia directamente las cervezas de cualquier graduación alcohólica con un amplio abanico de propiedades saludables y también nutricionales, incumpliendo el Reglamento arriba mencionado independientemente del soporte científico de las mismas. Cabe destacar asimismo, la comparación entre consumidores de cerveza y población abstemia en detrimento de esta última también por razones de salud.
4. Por su parte, el **Código de Conducta Publicitaria de la AAP** señala en su Norma 2 que la publicidad debe respetar la legalidad vigente.

En consecuencia, solicitamos del Jurado de esta Asociación declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **LIDL** su cese o rectificación inmediatos.



Fdo: Alejandro Perales Albert
Presidente de AUC