

Asociación de Autocontrol de la Publicidad

Conde de Peñalver, 52-1ºD
28006 Madrid

Madrid, a 26 de junio 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 **GARCIA BAQUERO**, en base a las siguientes alegaciones:

De hecho

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 anuncio en prensa del queso **GARCIA BAQUERO** que, a nuestro entender, contraviene la legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol.
4. El citado anuncio, se puede leer: *“Buena noticia para los amantes del queso (...) ¿QUIERES ADELGAZAR? COME QUESO. El queso no sólo no engorda sino que ayuda a todas aquellas personas que quieren adelgazar. Diversos estudios realizados han demostrado que el aumento de 42 gr. de queso en la dieta, está relacionado con una disminución de 3 Kg. de peso en los adultos”*. Seguidamente, en un recuadro bajo el título *“el experto responde”*, el Doctor Basilio Moreno, Presidente de la SEEDO afirma que *“el queso constituye un pilar importante en las dietas hipocalóricas para combatir el exceso de peso, ya que contribuye a una dieta equilibrada con aporte de vitaminas animales de alto valor biológico, sin incrementar la energía y reduciendo el aporte graso. En las dietas de reducción de peso, se recomienda la ingesta de 25-50 g/día de queso bajo en grasa”*. Finalmente, en la esquina inferior derecha se lee: *“García Baquero te recomienda sus quesos “Bajos en grasa” con 40% menos en grasa que un queso madurado graso, para que puedas disfrutar de todo el sabor con menos calorías”*
5. A nuestro entender, la publicidad reclamada establece una relación directa entre el aumento del consumo de queso y la disminución de peso, tasando incluso en gramos y kilos, respectivamente, esa relación y fundamentándola en *“diversos estudios realizados”*. A esta utilización abusiva de argumentos de salud le son de aplicación los siguientes las siguientes consideraciones:

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. A su vez, es engañosa la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor....*

2. De acuerdo con el artículo 4 del **Real Decreto 1334/1999**, de 31 de julio, y su modificación por el Real Decreto 238/2000, de 18 de febrero, por el que se aprueba la Norma General de Etiquetado, Presentación y Publicidad de los Productos Alimenticios, “ 1. *El etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán, ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente:*

b. Atribuyendo al producto alimenticio efectos o propiedades que no posea.

2. Estas prohibiciones se aplicarán igualmente a la presentación de los productos alimenticios (en especial a la forma o al aspecto que se dé a éstos o a su envase, al material usado para éste y a la forma en que estén dispuestos, así como al entorno en que estén expuestos) y a la publicidad.

3. El **Real Decreto 1907/1996**, de 2 de agosto, sobre Publicidad y Promoción Comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, prohíbe en su artículo 4 **cualquier clase de publicidad o promoción directa o indirecta, masiva o individualizada, de productos materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria en los siguientes casos:**

2. Que sugieran propiedades específicas adelgazantes o contra la obesidad.

16. Y, en general, que atribuyan efectos preventivos o terapéuticos específicos que no estén respaldados por suficientes pruebas técnicas o científicas acreditadas y expresamente reconocidas por la Administración sanitaria del Estado.”

4. Asimismo, el **Código de Conducta Publicitaria de la AAP** señala en su Norma 2 que la publicidad debe respetar la legalidad vigente. Y, a mayor abundamiento, establece en su Norma 14 que la publicidad no deberá ser engañosa.

En consecuencia, se solicita del Jurado de esa Asociación declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **GARCÍA BAQUERO** su cese o rectificación inmediatos.

Fdo: Alejandro Perales Albert
Presidente de AUC