

### **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 **WEETABIX IBERICA, S.L.**, 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 publirreportaje en prensa del cereal WEETABIX comercializado por la empresa **WEETABIX IBERICA, S.L.** que, a nuestro entender, contraviene la legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol.
4. El citado publirreportaje recoge un texto de una especialista en endocrinología y nutrición en el que no se limita a valorar positivamente la importancia del trigo y los cereales en la dieta, sino que menciona expresamente el producto anunciado: ***"hay que dar la bienvenida a un producto como Weetabix, un clásico cereal inglés de desayuno, porque está compuesto de trigo entero, con fibra y sin apenas más ingredientes añadidos. Su ingesta contribuirá a lograr los objetivos de aporte hidrocbonato en el desayuno, para mejorar nuestro gasto energético y el rendimiento intelectual y físico (...) un alimento muy recomendable"***
5. A nuestro entender, y sin entrar en el rigor o no de las alegaciones anteriormente recogidas, el testimonio profesional presente en el anuncio da un carácter claramente salútfiero a las mismas y aún sanitario, en relación a un producto que aparece promocionado por su aporte de fibra "que potencia la saciedad" (uso, por tanto, del

término "saciante") y "es imprescindible para el buen funcionamiento de nuestro organismo".

6. A esta publicidad le son de aplicación 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. 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:**
  5. *Que utilicen como respaldo cualquier clase de **autorizaciones, homologaciones o controles de autoridades sanitarias** de cualquier país.*
  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.**"*
3. El **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 señala en su artículo 11 que *"a falta de normativa comunitaria específica sobre las recomendaciones o aprobaciones formuladas por asociaciones nacionales de profesionales de los sectores médico, nutricional o dietético e instituciones de beneficencia relacionadas con la salud, podrán aplicarse las normas nacionales pertinentes de conformidad con lo dispuesto en el Tratado."*
4. Asimismo, el **Código de Conducta Publicitaria de la AAP** señala en su Norma 2 que la publicidad debe respetar la legalidad vigente.

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

  
Fdo: Alejandro Perales Albert  
Presidente de AUC