

Asociación de Autocontrol de la Publicidad

Conde de Peñalver, 52-1º D
28006 Madrid

Madrid, a 14 de abril de 2009

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 **PHYTOVIT, 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 anuncio en radio del producto **ADIPESINA** distribuido por la empresa **PHYTOVIL, S. L.** que, a nuestro entender, contraviene la legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol.

En el citado anuncio se puede escuchar la siguiente locución: "***Tal vez te veas bien en general, pero si miras hacia tu cintura la cosa cambia. Antes de que los michelines empiecen a preocuparte, prueba ADIPESINA. ADIPESINA te ayuda a reducir la grasa que se acumula en la zona abdominal. No lo dudes, toma ADIPESINA de Phytovit, de base natural y sin contraindicaciones. Ya lo sabes, ADIPESINA en farmacias y centros de dietética.***".



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, incluye en su ámbito de aplicación (artículo 1.1) *aquellos productos, materiales, sustancias, energías o métodos que se anuncian o presentan como útiles para el diagnóstico, prevención o tratamiento de enfermedades o desarrollos fisiológicos, adelgazamiento, modificación del estado físico o psicológico, restauración, corrección o modificación de funciones orgánicas u otras pretendidas finalidades sanitarias, para que se ajusten a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud y para limitar todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la misma y, 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*
 - ...4. *Que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta.*
 - ...6. *Que hagan referencia a su uso en centros sanitarios o a su distribución a través de oficinas de farmacia.*
 - ... 13. *Que utilicen el término "natural" como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos.*
 - ...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) número 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 2.2.5 que, *"Se entenderá 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."*



Asociación de Usuarios
de la Comunicación

4. El artículo 3 del citado Reglamento prohíbe cualquier tipo de declaración cuando ésta pueda ***ser falsa, ambigua o engañosa*** o ***referirse a cambios en las funciones corporales que pudieran crear alarma en el consumidor o explotar su miedo, tanto textualmente como a través de representaciones pictóricas, gráficas o simbólicas.***

5. Asimismo, en el artículo 13 del Reglamento se establece que *Las declaraciones de propiedades saludables que describan o se refieran a:* c) ***el adelgazamiento, el control de peso, a una disminución de la sensación de hambre, a un aumento de la sensación de saciedad, o a la reducción del aporte energético de la dieta*** han de **basarse en datos científicos generalmente aceptados** y ser bien comprendidas por el consumidor medio.

6. Por su parte, 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, señala en sus Normas 4 y 13 que, no deberá constituir un medio para abusar de la buena fe del consumidor ni ser engañosa,.

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

Fdo: Alejandro Perales Albert
Presidente de AUC