



Asociación de Usuarios
de la Comunicación

AUTOCONTROL DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

Conde de Peñalver 52- 1º D

28006 MADRID

Madrid, a 8 de marzo de 2009

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, de la que es Presidente, viene a presentar, por medio de este escrito y ante el JURADO DE AUTOCONTROL, reclamación contra un anuncio de **NUMIL NUTRICION**, en base a las siguientes alegaciones:

De hecho

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC, en adelante) es una asociación, sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/84 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 26/84.
2. Esta Asociación está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la ley 26/84, la ley 34/88 general de publicidad y la ley 3/91 de competencia desleal, la ley 7/98 sobre condiciones generales de la contratación y la ley 22/1999 que incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva europea de Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento e identificación de ilícitos publicitarios hemos detectado una campaña del producto **ALMIRON** perteneciente a la empresa **NUMIL NUTRICION**, que, a nuestro entender, contraviene la legislación vigente y, por ende, el Código de AUTOCONTROL, por lo que a continuación se señala.
4. En dicho anuncio se incluye la siguiente locución, mientras se muestran imágenes de una madre con niños de diferentes edades:

Para fortalecer el sistema inmunitario de tu bebe, no hay nada como la leche materna. Pero cuando decidas dejar de darle el pecho, con Almirón 2 seguirás protegiéndole. Gracias a inmunofortis su formula prebiótica que ayuda a reforzar su sistema inmunitario. Almirón 2 favorece el refuerzo inmunitario con el máximo aval científico

Asimismo, el anuncio se completa con un texto superpuesto al anuncio en el que se señala: ***“la leche de continuación debe formar parte de una dieta y equilibrada” “Almirón 2 no debe emplearse como sustituto de la leche materna durante los primeros 5 meses de vida”***. Hay también un texto dinámico que discurre fuera del frame del anuncio, pero que es ilegible por su tamaño y velocidad.



Asociación de Usuarios
de la Comunicación

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 **Real Decreto 867/2008**, de 23 de mayo, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-sanitaria Específica de los Preparados para Lactantes y de los Preparados de Continuación define en su artículo 2.4 como "preparados de continuación" *los productos alimenticios destinados a la alimentación especial de los lactantes cuando se introduzca una alimentación complementaria apropiada que constituyan el principal elemento líquido de una dieta progresivamente diversificada de estos lactantes*. Por su parte, el artículo 6.1 indica que cuando el alimento esté elaborado totalmente a partir de las proteínas procedentes de la leche de vaca en su etiquetado deberá constar "leche de continuación". Así es definido el producto en el anuncio reclamado.
3. El artículo 8. a) del mencionado Real Decreto, referido al *Etiquetado específico de los preparados de continuación*, da en afirmar que *el producto es adecuado únicamente para la alimentación especial de niños mayores de seis meses*, añadiendo que *no debe utilizarse como sustitutivo de la leche materna durante los primeros seis meses de vida*. Sin embargo, en la publicidad reclamada, como ya hemos indicado, se incluye la leyenda "*Almirón 2 no debe emplearse como sustituto de la leche materna durante los primeros 5 meses de vida*", incumpliendo así el Real Decreto.
4. En ese mismo artículo 8.a) se advierte que *la decisión de iniciar la alimentación complementaria, incluida cualquier excepción respecto a los seis meses de edad, debe adoptarse únicamente siguiendo el consejo de personas independientes, cualificadas en medicina, nutrición o farmacia o de otros profesionales encargados de la asistencia materna e infantil, basándose en las necesidades específicas de crecimiento y desarrollo del lactante en cuestión*. Sin embargo, y aunque no pueda afirmarse que esta publicidad disuada de la lactancia materna (lo que prohíbe el Real Decreto en sus artículos 6.4.d y 9.5.a), la expresión "cuando decidas dejar de darle el pecho" incluida en el anuncio puede inducir a pensar que dicha decisión es una mera cuestión de voluntad o comodidad, sin necesidad de asesoramiento experto sobre las consecuencias de tal acción y las cautelas que deban adoptarse.
5. De acuerdo con los criterios interpretativos del **Reglamento CE 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, las alegaciones referidas a prebióticos, como es el caso del ingrediente "Inmunofortis" mencionado en el anuncio, deben considerarse alegación de salud.
6. En su artículo 2.1.5 el citado Reglamento define como "**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

7. El artículo 15 del Reglamento señala que los anunciantes deben solicitar a las Autoridades sanitarias competentes autorización para el uso de las declaraciones de propiedades saludables. Por tanto, debería requerirse al anunciante reclamado acreditación de haber solicitado autorización para dicha alegación durante el periodo transitorio, tal y como establece el Reglamento.

8. Por su parte, 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 prohíbe, salvo para lo establecido en el artículo 3.1, ***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:***

...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.

Parece claro que la afirmación “ayuda a reforzar su sistema inmunitario” tiene un carácter preventivo y por lo tanto obliga a la acreditación y al reconocimiento de la Administración sanitaria más allá de la referencia inespecífica al “máximo aval científico”.

Atendiendo a lo anterior, esta AUC solicita del Jurado que declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera al anunciante su cese o rectificación inmediatos.

Fdo: Alejandro Perales Albert
Presidente