

**AUTOCONTROL DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL**  
**Conde de Peñalver 52**  
**28006 MADRID**

Madrid, 3 de noviembre 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 una campaña de **KELLOGG'S**, 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 un anuncio en televisión de las barritas **SPECIAL K CHOCOLATE CON LECHE** comercializadas por **KELLOGG'S**. En el citado anuncio se afirma: "*Pero **qué sano** puede ser comer cosas ricas no? Descubre las barritas **SPECIAL K CHOCOLATE CON LECHE. El otro snack sano. Ummmm qué sanas están***". Durante el anuncio aparece un mensaje sobreimpresionado en pantalla que, debido al tamaño y color de la letra y a la velocidad de paso, resulta completamente imposible de leer.

4. Consideramos que algunos aspectos de esta publicidad contravienen la legislación vigente y, por ende, el Código de AUTOCONTROL, por lo que a continuación se señala.

#### 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 **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.*"
3. Asimismo, en el artículo 10 del citado Reglamento se recogen las condiciones específicas que deben de reunir las declaraciones de propiedades saludables especificándose en el apartado 3 que "*la referencia a beneficios generales y no específicos del nutriente o del alimento para la buena salud general o el bienestar relativo a la salud podrá hacerse solamente si va acompañada de una declaración de propiedades saludables específica incluida en las listas previstas en el artículo 13 ó 14. "*
4. Igualmente, la **Ley 3/1991**, de 10 de enero, de Competencia Desleal considera, en su artículo 7, *desleal la utilización o difusión de indicaciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar, sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige o alcanza, sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud en el empleo, calidad y cantidad de los productos y, en general, sobre las ventajas realmente ofrecidas*



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

5. Finalmente, 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 esta Asociación que declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **KELLOGG'S** su cese o rectificación inmediatos.

Fdo: Alejandro Perales Albert  
Presidente