

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

Madrid, 20 de abril 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 **CLESA**, 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 prensa del producto **ACTIV OSSIA** comercializado por la empresa **CLESA** en el que se puede leer las siguientes afirmaciones: "*el aliado perfecto **para cuidar tus huesos**. ¿Qué beneficios aporta **ACTIV OSSIA** a **nuestra salud**? (...) Están desarrollados para convertirse en el "**aliado perfecto para el cuidado de los huesos**". Cada botella de 170 g. además de proporcionar el 19% de las necesidades diarias de calcio (150 mg.), **también contribuye a mejorar su absorción y retención. Estudios científicos demuestran que el consumo diario de su ingrediente activo contribuye a la mineralización de los huesos y a mejorar la absorción del calcio.** (...). ¿Para quién está recomendado **ACTIV OSSIA**? (...) está dirigido al público en general que se encuentra en la búsqueda de **productos que les ayuden a mejorar la salud de sus huesos**".*
4. Entiende esta Asociación que, aunque en la citada publicidad parece que se hace referencia a una declaración de propiedad saludable específica cuando se alega la cantidad de calcio que contiene cada envase del producto (calcio que previsiblemente puede existir en cualquier producto de las mismas características), las afirmaciones de que el citado producto es "el aliado perfecto para cuidar tus huesos" y "para mejorar la salud de tus huesos" no van vinculadas a la

existencia de esa cantidad de calcio sino a un supuesto **ingrediente activo** que es el que contribuye a mejorar la absorción de ese calcio, a su retención y a la mineralización de los huesos. Consideramos, por ello 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.**" En el artículo 2.2.6 también se establece que se entenderá por "**declaración de reducción del riesgo de enfermedad**" cualquier declaración de propiedades saludables que afirme, sugiera o dé a entender que el consumo de una categoría de alimentos, un alimento o uno de sus constituyentes reduce significativamente un factor de riesgo de aparición de una enfermedad humana".
3. Asimismo, en el artículo 10 del citado Reglamento se recogen las condiciones específicas que deben reunir las declaraciones de propiedades saludables especificándose que "**solamente se permitirán las declaraciones de propiedades saludables si se incluye la siguiente información en el etiquetado o, de no existir éste, en la presentación y la publicidad:**  
a) Una declaración en la que se indique la importancia de **una dieta variada y equilibrada** y un estilo de vida saludable; b) **la cantidad de alimento** y el patrón de consumo requeridos para obtener el efecto benéfico declarado; c) en su caso, **una declaración dirigida a las personas que deberían evitar el consumo** del alimento, y d) una advertencia adecuada en relación con los productos que pueden suponer un riesgo para la salud si se consumen en exceso.  
**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. Por su parte, según el artículo 6,1. Las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables **deberán basarse y fundamentarse en pruebas científicas generalmente aceptadas.**
  2. **Un explotador de empresa** alimentaria que efectúe una declaración nutricional o de propiedades saludables **deberá justificar el uso de esa declaración.**
  3. Las **autoridades competentes** de los Estados miembros **podrán solicitar a un explotador de empresa alimentaria o a una persona que comercialice un producto que presente todos los elementos y datos pertinentes que demuestren el cumplimiento del presente Reglamento.**
  
5. 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:**
  - ... 1. *Que se destinen a la prevención, tratamiento o curación de enfermedades transmisibles, cáncer y otras enfermedades tumorales, insomnio, diabetes y otras enfermedades del metabolismo.*
  - ...3. *Que pretendan una utilidad terapéutica para una o más enfermedades, sin ajustarse a los requisitos y exigencias previsto en la Ley del Medicamento y disposiciones que la desarrollan.*
  - ...4. *Que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta.*
  - ... 5. *Que utilicen como respaldo cualquier clase de autorizaciones, homologaciones o controles de autoridades sanitarias de cualquier país.*
  9. *Que atribuyan a determinadas formas, presentaciones o marcas de productos alimenticios de consumo ordinario, concretas y específicas propiedades preventivas, terapéuticas o curativas.*
  - ...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 las afirmaciones “aliado perfecto para cuidar tus huesos” y “productos que ayuda a mejorar la salud de tus huesos” tienen un carácter preventivo y por lo tanto obliga a la acreditación y al reconocimiento de la Administración sanitaria más allá de la referencia inespecífica a “estudios científicos demuestran”.



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

6. 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***.
  
7. 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 esta Asociación que declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **CLESA** su cese o rectificación inmediatos.

Fdo: Alejandro Perales Albert  
Presidente