

## AUTOCONTROL DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

Conde de Peñalver 52

28006 MADRID

Madrid, 9 de diciembre 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 **LABORATORIOS ACTA FARMA**, 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, dentro del programa *Sálvame Diario*, del producto **GOOD ENERGY** comercializado por **LABORATORIOS ACTA FARMA**.
4. En el citado anuncio, el conocido presentador **Jorge Javier Vázquez** presenta el producto GOOD ENERGY con las siguientes afirmaciones: *"Para la energía, yo, mi dosis diaria de buena energía con GOOD ENERGY listo para tomar. Aquí lo tengo. En periodos de alto estrés, épocas de sobreesfuerzo, convalecencias, exámenes, presentaciones de Sálvame Diario, Sálvame Deluxe,... Te gustará tanto que no querrás probar otra cosa. Infórmate en tu farmacia o en el 902202456. GOOD ENERGY de Laboratorios Acta Farma que a mí me solucionan la vida en todas sus variantes"*.
5. 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*: 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 define, en su artículo 2.1.4., "**declaración nutricional**" como *cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que un alimento posee propiedades nutricionales benéficas específicas* con motivo de: a) *el aporte energético (valor calórico): i) que proporciona, ii) que proporciona en un grado reducido o incrementado, o iii) que no proporciona, (...)*. Estableciendo en el artículo 8.1 que "**solamente se autorizarán las declaraciones nutricionales si están enumeradas en el Anexo y se ajustan a las condiciones fijadas en el presente Reglamento**". Las declaraciones que utiliza el conocido presentador "*Para la energía, dosis diaria de buena energía*" no aparecen recogidas en el citado Anexo.
3. Asimismo, en su artículo 2.2.5 el Reglamento señala 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.*"
4. Recogiendo en el artículo 10 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.*"
5. El artículo 3 del Reglamento establece como principios generales de cualquier declaración el que no podrán ser **falsas, ambiguas o engañosas; dar lugar a dudas sobre la seguridad y/o la adecuación nutricional de otros alimentos; alentar o aprobar el consumo excesivo de un alimento**, etc.
6. 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:***

*...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.***

*... 6. Que **hagan referencia a su uso en centros sanitarios o a su distribución a través de oficinas de farmacia.***

*... 7. Que **pretendan aportar testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo.***

*....12. Que **sugieran o indiquen que su uso o consumo potencian el rendimiento físico, psíquico, deportivo o sexual.***

*...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.***

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

Fdo: Alejandro Perales Albert  
Presidente