

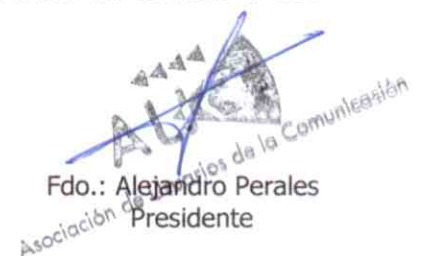
**RECURSO DE ALZADA DE LA ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN
CONTRA LA RESOLUCION DEL JURADO DE AUTOCONTROL EN EL ASUNTO Nº
27/R/FEBRERO 2009-03-11**

Madrid, 10 de marzo de 2009

En relación a la mencionada Resolución del Jurado, la ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC) quiere manifestar lo siguiente:

- Que se reitera en todos los extremos de su reclamación contra DANONE, SA de 10 de febrero.
- Que las alegaciones publicitarias en el ámbito de la alimentación están por el momento sometidas a lo señalado por la legislación vigente española.
- Que la referencia a la calidad de "salutíferas" (versus "sanitarias") de las alegaciones carece de sentido, toda vez que el Real Decreto 1907/1999 incluye en la aplicación del mismo (artículo 1) "la publicidad y promoción comercial de los 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".
- Que, en todo caso, el acuerdo entre el Ministerio de Sanidad y Consumo y la FIAB prohíbe expresamente la utilización de la expresión "favorece tus defensas naturales". Es difícil encontrar diferencias significativas entre dicha expresión y la de "ayuda a tus defensas" utilizada por el anunciante. Desde luego, parece difícil que un consumidor medio, por muy perspicaz que sea y por muy suficientemente informado que esté, puede apreciar diferencias significativas entre "favorecer a las defensas" y "ayudar a las defensas", y es difícil también que pueda pensar en otras defensas susceptibles de ayuda o favorecimiento que no sean las "naturales" del potencial consumidor.
- Que, independientemente de la veracidad o no del mensaje publicitario y de su reconocimiento expreso por las autoridades sanitarias (que no nos consta), las alegaciones utilizadas hacen incompatible con las mismas el testimonio de un personaje popular, como el contratado para ofrecer su "opinión" sobre el producto.

Por todo lo anterior, solicitamos un pronunciamiento del Pleno del Jurado en relación a esta Resolución.



Fdo.: Alejandro Perales
Presidente