

ASUNTO Nº: 159/R/DICIEMBRE2008

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN

vs.

NESTLÉ ESPAÑA, S.A

("NaturNes")

En Madrid, a 8 de enero de 2009, reunida la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. M^a. Teresa de Gispert Pastor para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Nestlé España, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 18 de diciembre la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Nestlé España, S.A. (en lo sucesivo, NESTLÉ).

2.- La publicidad reclamada consiste en un anuncio difundido en prensa (Metrópolis, Especial Bebé 14.11.08) en el que se promociona el producto NaturNes. Junto a una fotografía del producto promocionado (envase de dos unidades) figura el siguiente texto: *Nestlé NaturNes. Revolución en la alimentación infantil. Los ingredientes se cuecen al vapor y por separado, obteniéndose un producto 100% sano, con un sabor muy natural y con todos los nutrientes.*

3.- La Asociación reclamante alega que la publicidad reclamada contraviene la legislación vigente y, por ende, el Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol. En concreto, plantea que la expresión "producto 100% sano" constituye una declaración de propiedades saludables que incumple los requisitos del *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*. AUC considera infringido el artículo 10.3 del citado Reglamento en la medida en que se realiza una referencia a beneficios generales del alimento sin estar acompañada de una declaración de propiedades saludables específica incluida en las listas previstas en el artículo 13 ó 14.

En consecuencia, solicita al Jurado de la Publicidad que declare ilícita la publicidad reclamada (infracción de la norma 2 del Código de Conducta), y requiera a NESTLÉ su cese o rectificación inmediatos.

4.- Trasladada la reclamación a NESTLÉ, esta compañía ha presentado escrito de contestación en el que defiende la corrección de la publicidad reclamada. En primer lugar, NESTLÉ expone las características del proceso de fabricación del producto, así como otras propiedades del mismo (aporte de ácidos grasos esenciales, etc.).



A continuación, se remite al artículo 10.3 del Reglamento comunitario 1924/2006. Señala la reclamada que tras la reforma operada en el citado Reglamento mediante el Reglamento (CE) nº 109/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de enero de 2008, las declaraciones de propiedades saludables referidas a los niños también tienen las mismas medidas transitorias que las demás declaraciones de propiedades saludables. En opinión de NESTLÉ, la declaración "100% sano" ha de considerarse totalmente válida porque se refiere a una característica diferenciadora con respecto a los demás productos presentes en el mercado como es su proceso de fabricación y por el hecho de indicar en el etiquetado una declaración de propiedad saludable como es el aporte de ácidos grasos esenciales y que en la actualidad está sujeta a las medidas transitorias antes mencionadas.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- De acuerdo con los antecedentes de hecho expuestos, la reclamación formulada ante este Jurado debe ser analizada a la luz del principio de legalidad (norma 2 del Código de Conducta) que dice así: *"la publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución"*. A su vez, este principio deontológico ha de ser puesto en conexión con las exigencias del *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*.

Partimos de la premisa de que la publicidad reclamada contiene una declaración de propiedades saludables ("100% sano") según la definición contenida en el artículo 2.2 5) del Reglamento 1924/2006: *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*.

Así pues, la declaración controvertida ("100% sano") además de cumplir con los Principios Generales del Reglamento, debe ajustarse a las condiciones específicas exigibles a las "declaraciones de propiedades saludables". En concreto, el artículo 10 en su apartado 3 exige lo siguiente: *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*.

2.- A juicio de este Jurado no cabe duda alguna de que la declaración "100% sano" ha de ser considerada una referencia a un beneficio general del alimento promocionado (NaturNes) y que consecuentemente habría de estar acompañada de una declaración de propiedades saludables específica.

Señala adecuadamente la compañía reclamada que las medidas transitorias previstas en el Reglamento para las declaraciones de propiedades saludables son también aplicables a las declaraciones relativas a la salud de los niños. Pero prescindiendo ya del hecho de que aquellas medidas transitorias sólo resultan aplicables en la medida en que el anunciante haya cursado previamente una solicitud de autorización de la declaración relativa a la salud de los niños, solicitud que no consta que se haya realizado en el caso que nos ocupa, debe hacerse constar también que, aún el caso de ser aplicables en el presente supuesto, estas medidas

