

**DECLARACIONES DE PROPIEDADES SALUDABLES EN LOS ALIMENTOS:
NECESIDAD DE QUE LA DECLARACIÓN ESTÉ AUTORIZADA, PESE A QUE
PUEDA SER CIENTÍFICAMENTE CIERTA**

Ángel García Vidal

*Profesor acreditado como Catedrático de Derecho mercantil
Universidad de Santiago de Compostela
Consejero de Gómez-Acebo & Pombo*

Fecha de publicación: 2 de enero de 2018

1. La Resolución de 29 de junio de 2017 de la Sección Sexta del Jurado de la Publicidad de Autocontrol ha conocido de una reclamación presentada contra un anuncio publicitario en la que se alegaba infracción de la norma 2 (principio de legalidad) del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol, por infracción del Reglamento (CE) nº 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.

La reclamación se presenta contra una publicidad en prensa en la que se promociona el producto promocionado afirmando, entre otros extremos, lo siguiente: «La gama de productos... desarrollada para aliviar las piernas pesadas y cansadas. Mejora tu circulación de forma natural con aceites esenciales. (...) El complemento ideal al Spray y al Gel, para mantener una buena salud circulatoria».

2. A juicio del Jurado, se trata de un anuncio en el que se presenta el producto como poseedor de propiedades beneficiosas para la circulación sanguínea, utilizando declaraciones de propiedades saludables: “(...) desarrollada para aliviar las piernas pesadas y cansadas” y “(...) El complemento ideal (...) para mantener una buena salud circulatoria”.

Pero dado que el anunciante no ha acreditado la presencia de las citadas alegaciones en las diferentes listas de declaraciones de propiedades saludables autorizadas, y dado que el Jurado tampoco ha podido identificar las mencionadas alegaciones con ningunas de las declaraciones de propiedades saludables aprobadas ni pendientes de aprobación por la Comisión, se estima la reclamación.



Y, a tal efecto, recuerda el Jurado que es irrelevante que la parte reclamada hubiese defendido la licitud de la declaración de propiedades saludables “para mantener una buena salud circulatoria”, por apoyarse en tres estudios científicos. Porque, como recuerda el Jurado: «En el marco del Reglamento 1924/2006, la eventual veracidad y exactitud de las alegaciones no es el único requisito que se exige para poder hacer uso de una declaración de propiedades saludables. Así, la autorización de una determinada declaración, de conformidad con el régimen establecido en el citado Reglamento 1924/2006, debe basarse en pruebas científicas y, por tanto, contar con un previo dictamen de la autoridad científica competente en la materia, esto es, la “European Food Safety Authority” (...), pero esto es sólo un paso previo, puesto que posteriormente también se exige la previa autorización de las correspondientes declaraciones por las autoridades comunitarias, presupuesto que, como hemos visto, no se ha acreditado que se cumpla en el caso que nos ocupa».

3. De igual modo, la Resolución de 7 de septiembre de 2017 de la Sección Primera del Jurado ha estimado la reclamación presentada contra la publicidad en prensa de dos complementos alimenticios en los que, sobre la imagen de una mujer abrazando a un hombre, se afirma: “Sin receta médica”, “Aumenta tu deseo mejora tu relación y “Complemento alimenticio 100% natural. Alta concentración de extractos de plantas”. Y en los envases de los complementos, reproducidos en el anuncio, se lee, en uno “Regula y mejora tu vida sexual. Para él y ella”, y en el otro, “Intensos y largos momentos de placer. Para él y ella”. Y en el anuncio también se afirma: “De venta en farmacias. Parafarmacias y Herbolarios”.

Se trata, a juicio del Jurado, de declaraciones de propiedades saludables, que no están autorizadas. Y, además de infringir el Reglamento (CE) nº 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, se vulnera el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, cuyo artículo 4.12 prohíbe la publicidad de productos con pretendida finalidad sanitaria «Que sugieran o indiquen que su uso o consumo potencian el rendimiento físico, psíquico, deportivo o sexual», y cuyo artículo 4.6 prohíbe la publicidad «Que haga referencia a su uso en centros sanitarios o a su distribución a través de oficinas de farmacia» [Y por la misma razón también se infringe –según el Jurado– el artículo 44.3 de la Ley 17/2011, de 5 de julio de Seguridad Alimentaria y Nutrición, que prohíbe la referencia al uso de alimentos o complementos alimenticios en centros sanitarios o a su distribución a través de oficinas de farmacia].