

USO PUBLICITARIO DE DECLARACIONES DE PROPIEDADES SALUDABLES DE LOS ALIMENTOS

Ángel García Vidal

*Profesor acreditado como catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Santiago de Compostela
Consejero académico (asesor externo) de Gómez-Acebo & Pombo*

Fecha de publicación: 21 de noviembre de 2018

El Jurado de la Publicidad de Autocontrol se ha ocupado en resoluciones recientes del uso publicitario de declaraciones de propiedades saludables de los alimentos.

1. Así, en la Resolución de 7 de junio de 2018, de la Sección Tercera del Jurado de Autocontrol se ha considerado que un anuncio era contrario al Código de conducta publicitaria de Autocontrol, porque se hacía uso de una declaración que no está autorizada: “ayudan a transformar las proteínas, grasas e hidratos de carbono en aminoácidos, ácidos grasos y azúcares”.

En esa misma resolución se entiende que también es ilícito otro anuncio que contiene la siguiente declaración de propiedades saludables: “fórmulas únicas diseñadas para apoyarte en el cuidado de tu salud”). Según el Jurado, «se incluye la mención “salud”, expresión a través de la cual se transmite al público de los consumidores que el producto promocionado tiene efectos beneficiosos en relación con la salud en general, sin que, por lo demás, tal alegación se acompañe de una declaración de propiedades saludables específica autorizada, tal y como exige el artículo 10.3 del Reglamento 1924/2006».

2. También de 7 de junio es otra resolución de la Sección Tercera del Jurado en la que se considera contrario al Código de conducta publicitaria el uso de una declaración de propiedades saludables que está autorizada, pero de un modo considerablemente distinto al autorizado.

En el caso, las declaraciones autorizadas por la Autoridad de Seguridad Alimentaria Europea son “La Vitamina C contribuye a la formación normal del colágeno para el funcionamiento normal de los cartílagos”; “El magnesio ayuda a disminuir el cansancio y la fatiga”, “El magnesio contribuye al funcionamiento normal de los músculos”, “Las proteínas contribuyen a que aumente la masa muscular” “Las proteínas contribuyen a mejorar la masa muscular”; “el Bambú contribuye a calmar la incomodidad de las



articulaciones”. Pero en la publicidad reclamada se dice “*Dolores, cansancio, fatiga*” y “*gran aliado para aliviar el dolor y mejorar la movilidad de sus articulaciones*”. Así las cosas, según el Jurado de la Publicidad, «ninguna de las declaraciones autorizadas invocadas por la reclamada alude al alivio del dolor o a la mejora de la movilidad de las articulaciones. Y aquellas que aluden a la reducción del cansancio y la fatiga, han sido autorizadas para concretos nutrientes. Sin embargo, en la publicidad dicho efecto se vincula con una pluralidad de nutrientes (colágeno, silicio, magnesio, MSM y vitamina C), algunos de los cuales no tienen ninguna declaración autorizada relacionada con la reducción del cansancio y la fatiga».