



Los anuncios y expresiones publicitarias deben ser analizados en su conjunto, atendiendo a la impresión global que generen en sus destinatarios

Resolución del Jurado de Autocontrol de 21 de mayo de 2014, Asociación Usuarios de la Comunicación (“AUC”) vs. Grupo Vichy Catalán, S.L. “Agua Mineral Vichy Catalán”

Antecedentes

La resolución que comentamos se ha dictado a raíz de una reclamación presentada por AUC contra una publicidad del Grupo Vichy Catalán, S.L. emitida en televisión.

El anuncio difundido mencionaba que “*Vichy Catalán se preocupa por tu salud e investiga sobre el metabolismo del colesterol. Vichy Catalán te quiere.*” El Jurado entendió que la publicidad reclamada resultaba contraria al principio de legalidad recogido en la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

Resolución del Jurado

En contra de lo que opinaba la reclamante, la empresa Vichy Catalán defendió que su publicidad se limitaba a destacar su preocupación por el consumidor y que por ese motivo financiaba una línea de investigación en relación con el colesterol.

El Jurado recordó que, a la hora de analizar los mensajes publicitarios se debe considerar la publicidad dirigida a los consumidores en su conjunto, sin descomponer sus partes integrantes y atendiendo a la impresión global que genere en sus destinatarios. No cabe, por tanto, una interpretación estrictamente literal del mensaje promocionado.

Analizada la publicidad en su conjunto, el Jurado consideró que la publicidad reclamada contenía declaraciones de propiedades saludables, porque no se limitaba a transmitir que el anun-

ciante investiga sobre el colesterol. Según Autocontrol, el anuncio transmitía a un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, un mensaje según el cual existiría un vínculo entre el consumo del producto promocionado y el colesterol.

El Jurado basó su resolución en el Reglamento 1924/2006. En virtud de esta norma, para poder realizar declaraciones de propiedades saludables en publicidad –sean del tipo que sean– dichas declaraciones deben estar expresamente autorizadas e incluidas en las listas previstas en el propio Reglamento. Dado que los mensajes contenidos en el anuncio que el Jurado calificó como declaraciones de propiedades saludables no disponían de dicha autorización, el Jurado entendió que incumplía lo previsto en el Reglamento.

El Jurado, además, estimó que la expresión “*Vichy Catalán se preocupa por tu salud*” podría sugerir que el producto promocionado es beneficioso para la salud en general. Según el Reglamento 1924/2006, la referencia a beneficios generales y no específicos de un alimento sólo se permite si va acompañada de una declaración de propiedades saludables incluida en las listas de declaraciones autorizadas. Dado que ello no era así, aún cuando la empresa anunciante no pretendía promocionar su producto como un producto beneficioso para la salud, el Jurado entendió que se incumplía la norma aplicable.

Por todo ello, el Jurado estimó la reclamación presentada por AUC y solicitó al anunciante el cese de la publicidad reclamada.