

DERECHO MERCANTIL. 2º LADE. CASO PRÁCTICO 4/2006

El GRUPO LECHE PASCUAL, S.A. (en lo sucesivo, PASCUAL) presentó una reclamación contra un anuncio televisivo del producto "Actimel" del que es responsable la entidad DANONE, S.A. (en lo sucesivo, DANONE).

La reclamante alega que esta publicidad es ilícita porque vulnera los principios de veracidad y legalidad recogidos en el Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

El anuncio reclamado consta de una sucesión de imágenes donde se aprecia un aula universitaria, un laboratorio con personas en batas blancas, una reunión informativa de una mujer bebiendo Actimel (rodeándose de luz en el momento en el que lo ingiere) la pantalla de un ordenador portátil aludiendo a numerosos estudios científicos y finalmente, el envase del producto con un teléfono de atención al consumidor, la página web www.actimel.com y el reclamo "Ayuda a tus defensas". Mientras se suceden estas imágenes una voz en *off* va diciendo: "*¿Sabías que Actimel ha realizado numerosos estudios científicos sobre las defensas? Actimel, junto con centros tan prestigiosos como la Universidad de Navarra o la Universidad Alfonso X de Madrid, ha demostrado científicamente que tomar Actimel de Danone ayuda a las defensas de tu organismo. Y seguimos trabajando para demostrarte día a día que Actimel ayuda a tus defensas*".

PASCUAL fundamenta su reclamación en los siguientes argumentos: En primer lugar, sostiene que el mensaje publicitario reclamado transmite al consumidor medio al que se dirige el mensaje de que existe una relación de causa-efecto entre la ingesta de Actimel y el refuerzo de las defensas del organismo. Así las cosas, estima que se infringiría el artículo 4.6 del Real Decreto 1907/1996 por el que se prohíbe la publicidad que atribuya "*a determinadas formas, presentaciones o marcas de productos alimenticios de consumo ordinario, concretas y específicas propiedades preventivas, terapéuticas o curativas*"; así como el artículo 4.16 que prohíbe la publicidad que atribuya "*efectos preventivos o terapéuticos específicos que no estén respaldados por suficientes pruebas técnicas o científicas acreditadas y expresamente reconocidas por la Administración Sanitaria del Estado*". En este sentido, la reclamante alega que el anuncio está diseñado con una clara finalidad sanitaria como ponen de manifiesto distintos elementos que concurren en el anuncio tales como las batas blancas, los centros de investigación o la alusión a la demostración científica de los efectos de Actimel. Y añade que, además, los "efectos preventivos específicos" que se está promocionando respecto de un producto alimenticio de uso común, no cuentan con pruebas expresamente reconocidas por la Administración Sanitaria del Estado.

En segundo lugar, PASCUAL sostiene que además de vulnerar el Real Decreto de Productos Milagro el anuncio reclamado es ilícito por su carácter engañoso, ya que transmite en su mensaje que existe una relación de causa-efecto entre la ingesta de "Actimel" y el refuerzo de las defensas del organismo. A este respecto, alegan que la Resolución del Pleno del Jurado de 28 de enero de 2004 ya declaró ilícita por engañosa la alusión a la supuesta demostración científica de los efectos de Actimel en el organismo, a pesar de lo cual se sigue aludiendo de forma tajante a esta supuesta demostración en abierta contradicción con las conclusiones de la resolución y se continúa transmitiendo a los consumidores la idea de que los supuestos efectos que se alegan en la publicidad "integran una verdad científica absolutamente indiscutida" siendo lo cierto que las conclusiones de numerosos científicos de prestigio contradijeron abiertamente los estudios aportados por DANONE en dicha ocasión y, en todo caso, esos supuestos efectos de "Actimel" en el organismo continúan siendo controvertidos en la doctrina científica a día de hoy, al no haberse presentado a la Administración Sanitaria del Estado nuevos estudios que acrediten el mensaje que se transmite a los consumidores. Expresado en otros términos, PASCUAL considera que si DANONE no cumple con la carga probatoria mencionada previamente, habrá que seguir concluyendo que "no cabe deducir que exista en estos momentos un consenso científico unánime que permita afirmar que las propiedades de Actimel son absolutamente indiscutidas en la comunidad científica", y en consecuencia, que la expresión sobre la supuesta demostración científica de los efectos del producto en el organismo, que además se realiza en un contexto claramente sanitario, es engañosa por infringir el principio de veracidad recogido en la Norma 14 del Código de Conducta de Autocontrol.

Por los motivos expuestos, la reclamante solicita que se declare la ilicitud del anuncio por vulnerar los principios de legalidad y veracidad en la publicidad, se inste al anunciante que cese su difusión y ordene la difusión de la resolución en los medios de comunicación con el fin de subsanar y corregir la confusión provocada en el consumidor medio.

¿ Cree vd. fundada la pretensión de Grupo Leche Pascual? Argumente jurídicamente su respuesta.