



ASUNTO Nº: 22/R/FEBRERO 2018
Arkopharma Laboratorios S.A.U. vs Resolución Sala Primera
Asunto: Particular vs. Arkopharma Laboratorios S.A.U.
("Dieta de la Alcachofa Internet")

En Madrid, a 22 de marzo de 2018, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. José Antonio Gomez Segade para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por la empresa Arkopharma Laboratorios S.A.U. contra la resolución de la Sección Primera del Jurado de 26 de febrero de 2018, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 13 de febrero de 2018, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Arkopharma Laboratorios S.A.U. (en adelante "Arkopharma").

2.- Se da por reproducida la Publicidad Reclamada, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Primera del Jurado de 26 de febrero de 2018 (en adelante, la "**Resolución**").

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Primera del Jurado acordó estimar la reclamación presentada.

4.- El 13 de marzo de 2018, la empresa Arkopharma Laboratorios S.A.U interpuso recurso de alzada contra la Resolución.

La parte recurrente considera que existe una desviación o desajuste entre la resolución y los términos en los que las partes formularon sus pretensiones porque no puede inferirse que el particular reclamara la promoción de la Dieta de la Alcachofa. En su opinión el particular reclamaba únicamente el complemento alimenticio Arkofluido Alcachofa Forte promocionado por Rosa López. A su juicio la Resolución modifica el objeto de la reclamación al pronunciarse sobre la Dieta de la Alcachofa como dieta o método del que se predicen propiedades adelgazantes. Manifiesta la parte recurrente que en instancia no ha quedado acreditada la naturaleza jurídica de la Dieta de la Alcachofa ni se ha examinado la posible compatibilidad de determinadas alegaciones de propiedades saludables predicadas del complemento alimenticio Arkofluido Alcachofa Forte.



Asimismo Arkopharma esgrime en su escrito de recurso que lo que se promociona es el complemento alimenticio que no solo no vulnera el Real Decreto 1907/1996 de 2 de agosto sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, más conocido como Real Decreto de productos milagro (en adelante, “Real Decreto 1907/1996”), sino que afirma que dicho Real Decreto no le resulta de aplicación. Para apoyar este argumento manifiesta que en ningún soporte se realiza ninguna declaración adelgazante directamente predicada del complemento alimenticio.

Por otra parte aduce que la publicidad de la promoción de la Dieta de la Alcachofa no está promoviendo un método adelgazante o de pérdida de peso. El argumento desenvuelto por la recurrente estriba en que Arkopharma no comercializa directa o indirectamente ningún “método” denominado “Dieta de la Alcachofa” sino que se promueve un complemento alimenticio para el control del peso que solo puede alcanzar sus efectos si se combina con una dieta. Así la dieta no puede entenderse como un método adelgazante sino un conjunto de pautas dietéticas saludables y variadas. Por lo tanto, concluye, la publicidad relacionada con la promoción de la dieta “Arko Dieta de la Alcachofa” no vulneraría tampoco el artículo 4 del Real Decreto 1907/1996.

En base a lo anterior, solicita que se estime el recurso y se deje sin efecto la Resolución adoptada por la Sección Primera.

5.- Trasladado el recurso de alzada al particular éste ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, adhiriéndose a lo estimado por la resolución, reitera que la publicidad controvertida incluye mensajes adelgazantes tanto a la Dieta de la Alcachofa como a los complementos alimenticios asociados a la misma y que así fue puesto de manifiesto por el particular en la reclamación. Concretamente se refiere a la parte del material audiovisual que dice: “Rosa López, embajadora de la Dieta de la Alcachofa. La famosa cantante (...) no ha dudado ni un segundo en confiar en la Dieta de la Alcachofa para mantener su línea (...) te ayudar a (...) perder peso”. En su opinión la referencias indirectas a la Dieta unida a la expresión “perder peso” encaja en la definición de adelgazamiento.

El particular entiende que la recurrente no niega los supuestos fácticos de la Resolución en tanto y cuanto en el motivo segundo del recurso pone en entredicho el carácter pretendidamente sanitario de la publicidad de relacionada con la promoción de la Dieta de la Alcachofa. Interpreta el particular que la intención de la recurrente es centrar el debate en si a los complementos alimenticios les resulta o no de aplicación el Real Decreto 1907/1996. Lo hace, a su juicio, queriendo justificar el uso de las declaraciones de propiedades saludables realizadas para Arkofluido Alcachofa Forte en un supuesto cumplimiento del Reglamento 1924/2006 que excluiría, siempre según la recurrente, la aplicación del Real Decreto 1907/1996.



II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al análisis de los distintos motivos de impugnación expuestos por el recurrente, y en aras de una mejor comprensión de la presente resolución, el Pleno considera conveniente hacer una breve síntesis de la cuestión debatida y de la resolución de instancia.

En este sentido, debe recordarse que el presente procedimiento trae causa en una reclamación contra diversas piezas publicitarias, entre las que se incluyen tres piezas de una plataforma social, varios vídeos web y una página web. En los videos de internet se puede observar el mensaje “Dieta de la Alcachofa Arko” repetido en multitud de ocasiones y formando parte de todo el espacio de presentación delante del cual se colocará la cantante Rosa Lopez. En alguno de ellos se puede ver un primer plano del mensaje presente en todo el escenario, concretamente: “Dieta de la Alcachofa Arko”. En los mensajes descargados de plataformas sociales se puede leer el nombre de la cantante junto con el texto: “nueva embajadora de la Dieta de la Alcachofa” seguido de la etiqueta o *hashtag* #dietadelaalcachofa. En el anuncio de la página web de Arkopharma aparecen, entre otras, las siguientes menciones: “Rosa López, embajadora de la Dieta de la Alcachofa. La famosa cantante (...) no ha dudado ni un segundo en confiar en la Dieta de la Alcachofa para mantener su línea. (...) Tuvo lugar en Madrid la presentación de la última novedad de la Dieta de la Alcachofa, el Arkofluido Alcachofa forte (...) la elegida para amadrinar la Dieta de la Alcachofa ha sido la queridísima cantante (...) La alcachofa es una de las plantas medicinales más conocida (...) Depurativa por excelencia, las hojas de la alcachofa contienen activos que facilitan la digestión de las grasas, mejoran el tránsito intestinal y ayudan a la eliminación de líquidos (...) ¿Conoces la Dieta de la alcachofa? (...) si quieres controlar tu peso sigue estos consejos (...) la alcachofa es una de ellas, te ayuda a detoxificar y perder peso”.

2.- En su resolución de instancia, el Jurado estimó la reclamación, considerando que la publicidad infringía la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en relación con los apartados 2 y 7 del artículo 4 del Real Decreto 1907/1996, en la medida en que se promocionaba la Dieta de la Alcachofa, método al que se atribuían efectos adelgazantes y de pérdida de peso y se utilizaba el testimonio de la famosa cantante Rosa López.

Asimismo, la Sección entendió que, dentro de la Publicidad Reclamada, se promociona tanto un complemento alimenticio, Arkofluido Alcachofa Forte, como un método adelgazante denominado “Dieta de la Alcachofa”, dentro de la cual se enmarca el consumo de dicho complemento alimenticio. Dado que el razonamiento principal de Arkpharma fue defender que la publicidad promocionaba únicamente un complemento alimenticio y que la publicidad de éste era acorde a la normativa vigente, la Sección, en respuesta a estos argumentos, realizó las siguientes consideraciones que se exponen de forma resumida: (i) Los complementos alimenticios no constituyen



una categoría excluida del Real Decreto 1907/1996 ; (ii) el régimen transitorio aplicable a las declaraciones de propiedades saludables que se predicán de los nutrientes de los complementos alimenticios - pendientes de autorización al amparo del Reglamento 1924/2006 - exige su compatibilidad con el ordenamiento interno, lo que obliga a que resulten compatibles, a su vez, con el Real Decreto 1907/1996, en tanto éste prohíbe la atribución de propiedades adelgazantes a los productos incluidos dentro de su ámbito de aplicación, entre los cuales se incluyen los complementos alimenticios. (iii) En la Publicidad Reclamada existía promoción tanto del complemento alimenticio como de la denominada Dieta de la Alcachofa. Por consiguiente entendió la Sección que las alegaciones de Arkopharma sobre las declaraciones de propiedades saludables que puede utilizar en relación con su complemento alimenticio, aun cuando pudieran ser estimadas (*quad non*), no conducirían a la desestimación de la reclamación, ya que ésta se dirige también frente a la promoción de la denominada Dieta de la Alcachofa.

3.- Frente a este pronunciamiento de la Sección se alza la parte recurrente esgrimiendo los siguientes motivos de impugnación: i) considera que la Resolución se desvía del objeto de la reclamación porque el particular solo reclamaba la publicidad de los complementos alimenticios; ii) afirma que no se promociona un método ni una dieta con propiedades adelgazantes e insiste en que solo se está difundiendo publicidad del complemento alimenticio del que, a su vez, se predicán declaraciones de propiedades saludables iii) mantiene que aun dando por hecho que existe promoción de una dieta, no se predicán de ella alegaciones adelgazantes sino exclusivamente de control de peso.

4.- Este Pleno no puede compartir los argumentos expuestos por la recurrente por los motivos que se enuncian a continuación.

En primer término, no puede este Jurado acoger el argumento según el cual el particular en su reclamación no presentaba objeción alguna acerca de la Dieta de la Alcachofa.

En efecto, tras un examen detallado del conjunto de la comunicación comercial en sus diferentes soportes, este Pleno coincide, igual que manifestó la Sección, en reconocer que dentro de la Publicidad Reclamada se promociona tanto el complemento alimenticio Arkofluido Alcachofa Forte como una dieta denominada "Dieta de la Alcachofa". Resulta claro lo anterior -por ejemplo- cuando se observa que en dos de los tres mensajes descargados de la plataforma social Twitter se puede leer única y exclusivamente el nombre de la dieta promocionada, sin que ninguna otra alusión al producto aparezca en ellas. Puede observarse a este respecto cómo el texto en ambos mensajes es: "nueva embajadora de la Dieta de la Alcachofa" seguido de la etiqueta o *hashtag* #dietadelaalcachofa y la mención: "Aunque desde hace algún tiempo la imagen física de Rosa López ha cambiado a mejor, la cantante ha querido unirse al club de las chicas de la dieta de la Alcachofa. (...)".



Pues bien, una vez llegados a este punto, ha de hacerse constar que la reclamación del particular que dio origen al presente procedimiento, en contra de lo que afirma la recurrente, no se dirigía únicamente frente a la parte de la publicidad que promocionaba los complementos alimenticios. Por el contrario, se dirigía frente al conjunto de la comunicación comercial, incluyendo aquellas partes de la misma que promocionaban la denominada dieta de la alcachofa. Para comprobarlo, hasta acudir a la reclamación original. Tras exponer en ella su opinión (en virtud de la cual la publicidad vulnera el Decreto 1907/1996), el particular pone de manifiesto lo siguiente. “este hecho se pone especialmente de manifiesto con el producto de la citada empresa alcachofa forte, vinculado su uso a la dieta de la alcachofa”.

Así pues, y en contra de lo que sostiene la recurrente, resulta evidente que la reclamación no se dirigía únicamente contra la promoción del producto alcachofa forte. Antes bien, se dirigía frente al conjunto de la comunicación comercial reclamada, tanto en su promoción del producto alcachofa forte, como en su promoción de la denominada dieta de la alcachofa. Por consiguiente, debe rechazarse el primer motivo de impugnación esgrimido por la recurrente, al no haberse desviado la resolución de instancia del objeto de la reclamación.

5.- En su segundo motivo de impugnación, la recurrente afirma que en la publicidad objeto del presente procedimiento sólo se promociona un complemento alimenticio, y no un método de adelgazamiento. Este segundo motivo debe ser también rechazado. Como ya hemos dicho, no puede admitirse que en la Publicidad Reclamada solo se esté promocionando un complemento alimenticio y no una dieta o método al que se atribuyen propiedades adelgazantes y de pérdida de peso.

Dando por reproducido lo previamente expuesto, este Pleno entiende que del conjunto de la comunicación y a la vista de los distintos soportes que conforman la Publicidad Reclamada no hay duda de que el público de los consumidores percibirá que efectivamente existe promoción de un método adelgazante denominado “Dieta de la Alcachofa”, en cuyo marco se incluyen alegaciones relativas a la pérdida de peso y al adelgazamiento.

En apoyo de esta valoración el Jurado procede a realizar una vez más un examen pormenorizado de las piezas que forman parte de la Publicidad Reclamada con el fin de identificar aquellas menciones en las que, sin lugar a dudas, existe promoción de una dieta denominada de la Alcachofa.

Así, en los dos mensajes de Twitter anteriormente citados, solo se menciona que Rosa Lopez es “nueva embajadora de la Dieta de la Alcachofa” unido a la etiqueta #dietadelaalcachofa y a la mención: “Aunque desde hace algún tiempo la imagen física de Rosa López ha cambiado a mejor, la cantante ha querido unirse al club de las chicas de la dieta de la Alcachofa. (...)”. En los videos de internet es preciso resaltar que en uno de ellos la pantalla de entrada y salida está formada por el titular: “Dieta de la Alcachofa Arko”. Esta frase ocupa, a su vez, gran parte de la trasera del escenario presente durante toda la reproducción del anuncio. Durante estas imágenes también



se observa cómo la cantante sujeta el envase del complemento alimenticio. En el resto de videos se aprecia que la mención “Dieta de la Alcachofa” se repite reiteradamente formando parte de todo el escenario en que se desarrolla la entrevista de la cantante. Por su parte, en la pieza que aparece en la página web, el título del artículo comienza de la forma siguiente: “Rosa López, nueva embajadora de la Dieta de la Alcachofa”; y continua con diversas alusiones a dicha dieta: “La famosa cantante (...) no ha dudado ni un segundo en confiar en la Dieta de la Alcachofa para mantener su línea. (...) Tuvo lugar en Madrid la presentación de la última novedad de la Dieta de la Alcachofa, el Arkofluido Alcachofa forte (...) la elegida para amadrinar la Dieta de la Alcachofa ha sido la queridísima cantante (...) La alcachofa es una de las plantas medicinales más conocida (...) Depurativa por excelencia, las hojas de la alcachofa contienen activos que facilitan la digestión de las grasas, mejoran el tránsito intestinal y ayudan a la eliminación de líquidos (...) ¿Conoces la Dieta de la alcachofa? (...) si quieres controlar tu peso sigue estos consejos (...) la alcachofa es una de ellas, te ayuda a detoxificar y perder peso”.

Por lo tanto, este Pleno no puede admitir, como pretende la recurrente, que solo se estuviese promocionando el complemento alimenticio, dado que resulta evidente que en la práctica totalidad de las piezas que conforman la Publicidad Reclamada se promociona con especial relevancia la Dieta de la Alcachofa. Así,

(i) En las piezas de Twitter se puede leer única y exclusivamente el nombre de la dieta promocionada sin que ninguna otra alusión al producto aparezca en ellas.

(ii) Los videos presentan como cabecera de fondo la Dieta de la Alcachofa durante la reproducción de todas las imágenes y entrevistas a la cantante. Existe también presencia del envase del complemento, si bien la cámara no se detiene el tiempo suficiente como para apreciar con claridad las alegaciones que en el mismo aparecen. Por lo tanto, cabe concluir que la importancia que se da al envase del complemento alimenticio dentro de la publicidad no es comparable con la relevancia que transmiten los mensajes sobre la Dieta de la Alcachofa, tanto en la entrada, como en el desarrollo y cierre del vídeo

(iii) Todas las referencias a la Dieta de la Alcachofa que aparecen en la página web aparecen resaltadas en negrita. Así, tanto el título: “Rosa López, nueva embajadora de la Dieta de la Alcachofa”, como el resto de alusiones a dicha Dieta, permiten a este Jurado concluir que la parte captatoria de la página web está compuesta casi exclusivamente con el nombre de la dieta promocionada, dejando en un segundo plano la lectura del resto de alegaciones. El hecho de que dentro de esta página web aparezcan también algunas menciones sobre el propio complemento alimenticio, Arkopharma Alcachofa Forte, no desvirtúa esta interpretación, realizada ya por la Sección, en cuanto a que existe promoción de una dieta con propiedades adelgazantes o de pérdida de peso.

A la vista de todo lo anterior, resulta improbable que el público de los consumidores al ver, leer y observar las piezas publicitarias perciba que no existe publicidad de la Dieta de la Alcachofa. Y sin embargo resulta evidente que en la



práctica totalidad de las piezas que conforman la Publicidad Reclamada se promociona con especial relevancia la Dieta de la Alcachofa, dieta a la que se atribuyen propiedades adelgazantes y de pérdida de peso en tanto va acompañada de alegaciones tales como “la alcachofa (...) ayuda a perder peso”.

En consecuencia, debe rechazarse también el segundo motivo de impugnación esgrimido por la recurrente.

6.- También debe rechazar este Pleno el tercer motivo de impugnación planteado por la recurrente, según el cual no se atribuyen propiedades adelgazantes a los productos y servicios promocionados en la publicidad.

Para fundar este rechazo -y al margen ya de las alusiones al cambio de imagen de la protagonista de la publicidad y su incidencia en la percepción del mensaje por el público destinatario- basta comprobar que en la publicidad se realizan alegaciones como la siguiente: “la alcachofa (...) ayuda a perder peso”.

7.- Por consiguiente, ninguno de los motivos de impugnación planteados por la recurrente deben ser estimados, por lo que este Pleno debe confirmar la resolución recurrida y afirmar que la publicidad reclamada infringe la norma 2 del Código de conducta Publicitaria de Autocontrol en relación con los apartados 2 y 7 del artículo 4 del Real Decreto 1907/1996.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar el recurso de alzada interpuesto por la empresa Arkopharma Laboratorios S.A.U. contra la resolución de la Sección Primera del Jurado de 26 de febrero de 2018.