

**ACORD 46/2021, de 19 de maig, del Ple del
Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

**Sobre l'anàlisi del contingut d'una comunicació comercial de la marca Veritas,
emesa el 16 d'abril, pel prestador de serveis de ràdio RAC1**

Fets

1r. Amb data 20 d'abril van tenir entrada, per correu electrònic, al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) dues queixes (Q37/2021 i Q38/2021) en relació amb l'emissió d'una falca de l'empresa Veritas (cadena de supermercats d'alimentació ecològica). Les queixes procedeixen d'associacions i sindicats del sector agropecuari.

Un dels escrits de queixa està signat per dotze associacions: ASFAC (Associació Catalana de Fabricants d'Aliments Compostos), Anafric (Asociación Empresarial Cárnica), Asoprovac Catalunya (Associació Catalana de Criadors de Boví de Carn), ASSOCAT (Associació d'Empresaris d'Escorxadors i Comerç d'Aviram, Conills, Ous i Caça de Catalunya), Carnissers xarcuters i aviram - Gremi de Barcelona i comarques, FAC (Federació Avícola Catalana), Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya, FECIC (Federación Empresarial de Carnes e Industrias Cárnicas), GREMICARN (Gremi de Carnissers-Cansaladers-Xarcuters de Barcelona i Comarques), JARC (*Joves Agricultors i Ramaders de Catalunya*), PORCAT (Associació Catalana de Productors de Porcí) i Unió de Pagesos.

El text de l'escrit assenyala el següent:

"[...] L'anunci planteja la ramaderia procedent de l'agricultura ecològica en contraposició a l'agricultura convencional, emfatitzant com a trets singulars refutables a la primera el benestar animal, la pastura extensiva, o la falta d'administració d'hormones, induint l'audiència a creure, erròniament, que aquests trets constitueixen aspectes distintius entre ambdues i, a més, apel·lant a beneficis per la salut del consumidor en el cas de la referència a les hormones. [...]"

"[...] La falca referida constitueix publicitat enganyosa en valoritzar indegudament la ramaderia resultant de l'Agricultura ecològica, en el benentès que s'incorre en actes i omissions enganyosos així com de denigració de la competència, en els termes que qualifica la Llei 3/1991, de 10 de gener, de Competència Deslleial.[...] "

I, finalment, sol·licita:

"[...] Demanem l'esmena de la campanya publicitària en qüestió així com, en tot cas, la rectificació de l'anunci esmentat en tots aquells mitjans on s'hagués emès o publicat, en les mateixes franges horàries o de format i rellevància equivalents al mateix, en el qual s'aclareixi que la ramaderia no procedent de l'agricultura ecològica compleix amb els criteris legals de benestar animal, que la pastura extensiva no constitueix un tret exclusiu de la ramaderia ecològica, i que l'administració d'hormones als animals es troba prohibida en tot l'àmbit de producció ramadera de la Unió Europea. [...]"

L'altre l'escrit de queixa està subscrit per Anafric (Asociación Empresarial Cárnica) i s'acompanya amb un enregistrament de la falca esmentada.

El text manifesta que:

"[...] La utilització d'hormones està COMPLETAMENT PROHIBIT per la Unió Europea, ja sigui ramaderia ecològica o d'altres tipus. [...]".

"[...] L'augment dels controls, la investigació i el seguiment sobre els productes carnis en són bona prova. El Plan Nacional de Investigación de Residuos va fer un pas endavant des de 1989 per determinar que avui dia la CARN QUE ES CONSUMEIX A ESPANYA ESTÀ LLIURE D'ELEMENTS D'ORIGEN QUÍMIC. [...]".

"[...] Les organitzacions de consumidores (OCU) fan seguiment de les carns de producció espanyola i NO han trobat des dels anys 90 cap indicatiu d'hormones al nostre bestiar, tant pel que fa a la ramaderia certificada com a ecològica com a la resta. [...]".

I en darrer lloc sol·licita:

"[...] Per tots aquests motius, i perquè som un sector essencial en aquest país, i perquè afirmacions falses com la que es menciona en la falca no fan cap favor a un sector punter i exportador com és el carni català, volem que:

- Hi hagi una rectificació pública del contingut que es va emetre a la primera cadena privada de ràdio de Catalunya i que aquesta rectificació vingui de la mateixa manera que es va fer el missatge fals.
- Si no hi ha possibilitat de rectificació, Anafric emprendre les accions que consideri oportunes, la primera de les quals serà la de denunciar els fets al CAC, sense que això impedeixi fer altres accions legals, tal i com s'ha fet. [...]".

2n. L'Àrea de Continguts del CAC va elaborar l'Informe 45/2021, de 26 d'abril, amb la finalitat d'analitzar el contingut de la comunicació comercial esmentada, emesa pel prestador de serveis de comunicació de ràdio RAC1 el 16 d'abril de 2021, a les 15.53 h – amb una durada de 53 segons –, que té per objecte "[...] informar sobre el descompte en la compra als supermercats Veritas amb motiu del Dia Mundial de la Salut, i reivindicar les qualitats i els beneficis dels aliments ecològics. [...]".

En relació amb els elements del discurs de l'anunci de Veritas, en relació amb la producció ecològica, l'informe d'anàlisi de continguts assenyala el següent:

"[...] El missatge publicitari se centra a descriure característiques de la producció ecològica i fa una menció, en forma de comparació, a la producció no ecològica, a la qual atribueix menys nutrients.

No s'hi aprecia cap altra referència explícita a la producció no ecològica. [...]".

Consideracions jurídiques

Primera. Normativa en matèria de seguretat alimentària

L'article 44 de la Llei 17/2011, de 5 de juliol, de seguretat alimentària, fa referència a la publicitat dels aliments, i l'apartat 3 d'aquest article subjecta, també, l'adequació de les comunicacions comercials a allò que estableix "[...] el Reglamento (CE) n.º 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, en la publicidad o promoción directa o indirecta de alimentos [...]".

De conformitat amb el que assenyala l'article 1 del Reglament:

"[...] 2. El presente Reglamento se aplicará a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables efectuadas en las comunicaciones comerciales, ya sea en el etiquetado, la presentación o la publicidad de los alimentos que se suministren como tales al consumidor final, incluidos los alimentos comercializados sin envase o suministrados a granel. [...]"

3. Una marca registrada, una marca o una designación arbitraria que aparezca en el etiquetado, la presentación o la publicidad de un alimento, y que pueda interpretarse como una declaración nutricional o de propiedades saludables, podrá utilizarse sin someterse a los procedimientos de autorización previstos en el presente Reglamento siempre que esté acompañada por una declaración nutricional o de propiedades saludables en el etiquetado, la presentación o la publicidad que cumpla las disposiciones del presente Reglamento. [...]"

Així mateix, els apartats 4 i 5 de l'article 2 defineixen la declaració nutricional i la declaració de propietats saludables en els termes següents:

«4) se entenderá por “declaración nutricional” cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que un alimento posee propiedades nutricionales benéficas específicas con motivo de:

- a) el aporte energético (valor calórico): i) que proporciona, ii) que proporciona en un grado reducido o incrementado, o iii) que no proporciona, y/o de
- b) los nutrientes u otras sustancias: i) que contiene, ii) que contiene en proporciones reducidas o incrementadas, o iii) que no contiene;

5) se entenderá por “declaración de propiedades saludables” cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que existe una relación entre una categoría de alimentos, un alimento o uno de sus constituyentes, y la salud;”

Finalment, l'apartat 3 de l'article 10 del Reglament estableix que:

“3. La referencia a beneficios generales y no específicos del nutriente o del alimento para la buena salud general o el bienestar relativo a la salud podrá hacerse solamente si va acompañada de una declaración de propiedades saludables específica incluida en las listas previstas en el artículo 13 o 14.”

Segona. El contingut de la comunicació comercial de la marca Veritas. Requisits de la comunicació comercial prohibida

D'acord amb el que indica l'informe de l'Àrea de Continguts del CAC, la comunicació comercial dels supermercats Veritas: «[...]

- exposa característiques de la producció ecològica, tant de l'agricultura com de la ramaderia.
- realitza una única al·lusió a la producció no ecològica, per destacar la major aportació nutritiva dels aliments ecològics, una afirmació que basa en “molts estudis”.

De conformitat amb l'anàlisi efectuada, el relat publicitari posa en relleu les preteses virtuts de la producció ecològica, en coherència amb la tipologia de productes que ofereix la cadena de supermercats Veritas. [...]; a la vegada que inclou, mitjançant la locució d'una veu femenina, el missatge següent: “[...] Com a resultat, molts estudis demostren que els aliments ecològics aporten més nutrients que els no ecològics, i això implica un benefici per a la salut. [...]», és a dir, es tracta d'una expressió en què, d'una banda, s'empra un element de publicitat comparativa, i, de l'altra, es transmet als consumidors que el producte promocionat té efectes beneficiosos en relació amb la salut, en general.

En aquest sentit, estaríem davant de mencions directes a “la major aportació nutritiva” i al fet que consumir-lo “implica un benefici per a la salut” que, en virtut del que estableix l'apartat 3 de l'article 10 del Reglament UE 1924/2006, de 20 de desembre de 2006, han d'anar acompanyades de la declaració nutricional i de la declaració de propietats saludables específiques autoritzades.

En conseqüència, vista la normativa aplicable, cal concloure que aquesta comunicació comercial vulneraria els requisits que estableix el Reglament UE 1924/2006, de 20 de desembre de 2006, i en aquest sentit, resultaria d'aplicació el que estableix la lletra d de l'article 3 de la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat, quan assenyala que és publicitat il·lícita: “La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios”; normativa a la qual es remet l'article 18 de la LGCA per regular les comunicacions comercials prohibides.

D'altra banda, a més de les manifestacions en què es transmet als consumidors que el producte promocionat té efectes beneficiosos en relació amb la salut, en general, s'observa també en la locució analitzada una menció a la publicitat comparativa: “molts estudis demostren que els aliments ecològics aporten més nutrients que els no ecològics”.

A aquests efectes, cal tenir present el que estableix la Llei 3/1991, de 10 de gener, de competència deslleial, l'article 20 de la qual, sota el títol “Prácticas engañosas por confusión para los consumidores”, assenyala el següent:

“En las relaciones con consumidores y usuarios, se reputan desleales aquéllas prácticas comerciales, incluida la publicidad comparativa, que, en su contexto fáctico y teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, creen confusión, incluido el riesgo de asociación, con cualesquiera bienes o servicios, marcas registradas, nombres comerciales u otras marcas distintivas de un competidor, siempre que sean susceptibles de afectar al comportamiento económico de los consumidores y usuarios”.

A propòsit d'aquesta consideració, la falca analitzada inclou una locució sobre les característiques de la producció de la ramaderia ecològica que fa referència a la pastura a l'aire lliure i l'absència d'hormones, i que l'informe de l'Àrea de Continguts transcriu de la següent manera: “[...] **Veu masculina:** En el cas de la ramaderia, es respecta el benestar dels animals que pasturen a l'aire lliure i no reben hormones [...]”.

Per tal d'analitzar aquesta locució, s'ha reunit el grup de treball format per personal del Departament de Salut i del CAC, que té per objecte la col·laboració entre ambdós organismes en l'àmbit de la supervisió i el control de les comunicacions comercials de medicaments, productes sanitaris i cosmètics, complements alimentaris, aliments funcionals, serveis sanitaris i productes, activitats o serveis amb pretesa finalitat sanitària, així com en l'àmbit de la seguretat dels pacients. En sessió celebrada el 12 de maig passat, el grup de treball ha emès les consideracions següents:

“Primera. La reglamentació en matèria de benestar animal¹ és d'aplicació a tot tipus de sistemes de producció sense distinció entre producció ecològica o convencional, per tant, la pastura extensiva dels animals no és exclusiva de la producció ecològica, es pot realitzar tant en la producció ecològica com en la convencional; i

Segona. La utilització d'hormones a la Unió Europea està prohibida per la Directiva 96/22/CE del Consell, de 29 d'abril de 1996, per la qual es prohibeix utilitzar determinades substàncies d'efecte hormonal i tirostàtic i substàncies β -agonistes. Aquesta directiva es va transposar al nostre marc legislatiu mitjançant el Reial Decret 2178/2004, pel qual es prohibeix l'ús de determinades substàncies d'acció hormonal o tirostàtica i betaagonista a animals d'explotació, que estableix les excepcions amb finalitats terapèutiques (per exemple, per induir la tocòlisi en vaques parteres) i zootècniques i sempre sota control veterinari. L'excepció és en casos molt concrets relacionats amb animals reproductors, no per a animals de producció. Per tant, no es poden utilitzar hormones en animals de carn.”

Vistes les consideracions anteriors, hem de concloure que la falca analitzada conté, també, elements que, tant des del punt de vista de la publicitat comparativa com del risc d'eventual confusió i/o associació en la presentació dels productes i de la marca o nom comercial, poden ser susceptibles d'afectar el comportament econòmic dels consumidors. Per la qual cosa, en aquests extrems, aquesta comunicació comercial pot constituir una pràctica enganyosa, en els termes de l'article 20 de Llei 3/1991, de 10 de gener, de competència deslleial.

En aquest sentit, l'apartat 2 de l'article 92 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCA) assenyala que “Són il·lícites la publicitat enganyosa, la deslleial i la subliminar, en els termes establerts i definits per la legislació general sobre publicitat”; i la lletra e de l'article 3 de la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat, reputa com a il·lícita “La publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal”.

¹ La Decisió de la Comissió de 24 de febrer de 1997, per la qual es modifica l'annex de la Directiva 91/629/CEE del Consell relativa a les normes mínimes per a la protecció de vedells; el Reial Decret 1047/1994, de 20 de maig, relatiu a les normes mínimes de protecció de vedells; el Reial Decret 229/1998, de 16 de febrer, pel qual es modifica el Reial Decret 1047/1994, de 20 de maig, sobre normes mínimes per a la protecció de vedells; i la Directiva 2008/119/CE, de 18 de desembre de 2008, relativa a les normes mínimes per a la protecció de vedells.

En qualsevol cas, des del punt de vista de la seva il·licitud, resulta evident que, d'una banda, la falca del supermercat Veritas inclou un missatge genèric relatiu a nutrients i a propietats saludables, sense anar acompanyat de les declaracions específiques que exigeix la normativa aplicable, i, de l'altra, conté elements tant de publicitat comparativa com de possible confusió i/o associació en la presentació del producte, marca o nom comercial que permetrien qualificar aquesta comunicació comercial com una pràctica enganyosa. En tots dos supòsits estem davant d'una publicitat il·lícita i, per tant, prohibida.

Tercera. Les infraccions en matèria de publicitat a la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual. Requeriment de cessament

D'acord amb el que estableix l'apartat 24 *in fine* de l'article 2 LGCA, "[...] En tot cas, són formes de comunicació comercial audiovisual: el missatge publicitari televisiu o radiofònic, el patrocini, la televenda i l'emplaçament de producte [...]".

L'apartat 2 de l'article 61 de la LGCA "Responsabilidad por la comisión de infracciones", estableix que "No incurrirá en responsabilidad administrativa el prestador del servicio de comunicación audiovisual [...] cuando emitan comunicaciones comerciales elaboradas por personas ajenas al prestador y que supongan una infracción de acuerdo con la normativa vigente sobre publicidad [...]". No obstant això, continua assenyalant el mateix apartat que "[...] el prestador del servicio habrá de cesar en la emisión de tal comunicación comercial al primer requerimiento de la autoridad audiovisual o de cualquier organismo de autorregulación al que pertenezca".

Per tot el que s'ha exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya adopta, per 3 vots a favor i 1 vot en contra amb vot particular, el següent

ACORD

1. Requerir el prestador de serveis de comunicació audiovisual Radiocat XXI, SLU, perquè no emeti la campanya publicitària dels supermercats Veritas, atès que conté elements que permeten qualificar-la com a publicitat il·lícita i, per tant, prohibida.
2. Notificar aquest acord al prestador de serveis de comunicació audiovisual Radiocat XXI, SLU.
3. Comunicar aquest acord a les associacions reclamants.

Barcelona, 19 de maig de 2021

Roger Loppacher i Crehuet
President

Daniel Sirera Bellés
Conseller secretari