



**ACORD 43/2014, de 24 de març, del Ple del
Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

**Requeriment de cessament de l'emissió de la televenda del producte
d'aprimament Slimvia al prestador de serveis de comunicació audiovisual
Emissions Digitals de Catalunya, SAU**

L'Àrea de Continguts del Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha elaborat l'Informe 14/2014, de 7 de març, d'anàlisi de la televenda del producte d'aprimament *Slimvia*, emesa pel prestador de serveis de televisió Emissions Digitals de Catalunya, SAU el 19 de gener de 2014, pel programa RAC105 TV.

Aquest Informe estableix el següent:

"Un cop analitzat el **programa de televenda** del producte *Slimvia* s'observa que:

Es tracta d'un producte aprimador, d'acord amb transcripcions d'àudio com les que segueixen:

- "si quieres perder esos kilos de más, lo único que necesitas es Slimvia"
- "el nuevo y sorprendente suplemento para perder peso"
- "Slimvia controla tu ansiedad y evita que comas de más o piques alimentos poco saludables"
- "Slimvia hace que te sientas saciado con las comidas y esto te ayuda a comer menos, permitiéndote perder esos kilos de más de manera natural"
- "verás cómo vas perdiendo peso"
- "si quieres perder 10, 20 o incluso 50 kilos, Slimvia es la opción perfecta para ti"
- [...]
- Slimvia, el nuevo y sorprendente suplemento para perder peso. 100% natural y 100 % efectivo.

Com també les sobreimpressions que apareixen en pantalla al costat de dues fotos de la mateixa persona, una abans de prendre Slimvia, i l'altra després. En tots els casos se sobreprimeix en pantalla el text "x perdió x kilos". [...] A més s'hi inclouen testimonis de persones i professionals que expliquen l'experiència del producte i en destaquen l'efectivitat".

Vist l'informe de l'Àrea Jurídica, que es reproduïx en les seves parts necessàries:

"Consideracions jurídiques

[...]

Segona.

[...]

L'apartat 1 de l'article 1 del Reial decret 1907/1996, de 2 d'agost, disposa que les autoritats sanitàries i els altres òrgans competents en cada cas, d'acord amb el que estableix l'article 27 de la Llei general de sanitat,¹ han de realitzar un control de la

¹ L'article 27 de la Llei 14/1986, de 25 d'abril, general de sanitat, ha estat modificat per la disposició final primera de la Llei 33/2011, de 4 d'octubre, general de salut pública, en els termes següents: "Les administracions públiques, en l'àmbit de les seves competències, han de realitzar un control de la publicitat i propaganda comercials perquè s'ajustin a criteris de veracitat pel que fa a la salut i per limitar

publicitat i la propaganda comercials dels productes, els materials, les substàncies, les energies o els mètodes que s'anuncien o es presenten com a útils per al diagnòstic, la prevenció o el tractament de malalties o desenvolupaments fisiològics, d'aprimament, de modificació de l'estat físic o psicològic, de restauració, correcció o modificació de funcions orgàniques o altres preteses finalitats sanitàries, perquè s'ajustin a criteris de veracitat i per limitar tot allò que pugui constituir un perjudici per a la salut.

La norma té la funció d'identificar i d'establir unes garanties en la publicitat d'aquests tipus de productes, activitats o serveis, amb la finalitat d'evitar missatges que puguin confondre el consumidor sobre hipotètiques indicacions terapèutiques o sanitàries.

[...]

Per tant, el producte Slimvia, ateses les característiques publicitàries enunciades, s'inclou dins de la tipologia de productes de l'apartat 1 de l'article 1 del Reial decret 1907/1996, de 2 d'agost, com a substància que es presenta útil per a l'aprimament.

Ara bé, l'apartat 1 de l'article 4 de la mateixa norma estableix que resta prohibida qualsevol classe de publicitat o promoció directa o indirecta, massiva o individualitzada, de productes, materials, substàncies, energies o mètodes amb pretesa finalitat sanitària, entre d'altres, en els casos següents: "Que pretendan aportar testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo." (apartat 7); i "Que utilicen el término «natural» como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos" (apartat 13). Totes dues prohibicions concorren en la televenda del producte Slimvia, atès que:

- a) **S'hi identifiquen sis testimonis:** el doctor Pedro Pérez (metge llicenciat); Tonya Fines (nutricionista); Maxim (pacient que va perdre 26 kg); Emma (pacient que va perdre 55 kg); Janet (pacient que va perdre 7 kg), i, finalment, Mike (pacient que va perdre 50 kg).
- b) **La publicitat el presenta com un producte natural:** "Slimvia, el nuevo y sorprendente suplemento para perder peso, 100% natural y 100% efectivo".

En conseqüència, la televenda del producte Slimvia és, des del punt de vista de la seva presentació, una publicitat 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 de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, "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 –responsabilitat dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual per la comissió d'infraccions– de la Llei general de la comunicació audiovisual estableix que "No incorre en responsabilitat administrativa el prestador del

tot el que pugui constituir un perjudici per a la salut, amb especial atenció a la protecció de la salut de la població més vulnerable.".



servei de comunicació audiovisual [...] quan emetin comunicacions comercials elaborades per persones alienes al prestador i que suposin una infracció d'acord amb la normativa vigent sobre publicitat.". No obstant això, continua assenyalant el precepte que "el prestador del servei ha de cessar en l'emissió d'aquesta comunicació comercial al primer requeriment de l'autoritat audiovisual o de qualsevol organisme d'autoregulació a què pertanyi.".

Per tant, en l'àmbit de la regulació audiovisual, les comunicacions comercials –la televenda del producte Slimvia– que suposen una infracció de la normativa reguladora de la publicitat, això és, en el nostre cas, de les previsions que conté el Reial decret 1907/1996, de 2 d'agost, sobre publicitat i promoció comercial de productes, activitats o serveis amb pretesa finalitat sanitària, comporten una manca de responsabilitat administrativa del prestador del servei de comunicació audiovisual, el qual, no obstant això, haurà de cessar al primer requeriment de l'autoritat competent."

Per tot el que s'ha exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya adopta, per 5 vots a favor i 1 abstenció, el següent

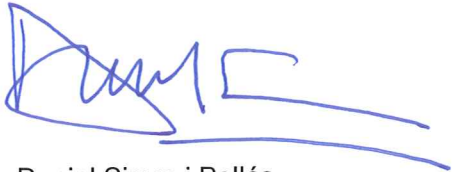
ACORD

1. Requerir el prestador de serveis de comunicació audiovisual Emissions Digitals de Catalunya, SAU, perquè cessi d'emetre la televenda del producte Slimvia, atès que aquesta comunicació comercial audiovisual suposa una infracció d'acord amb la normativa vigent en matèria de publicitat.
2. Notificar aquest Acord a Emissions Digitals de Catalunya, SAU.

Barcelona, 24 de març de 2014


Roger Loppacher i Crehuet
President





Daniel Sirera i Bellés
Conseller secretari