



Resolución de 9 de marzo de 2017, de la Sección Segunda del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por Lactalis Puleva, S.L.U. frente a una publicidad de la que es responsable la compañía Calidad Pascual, S.A.U. La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad no infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) ni el artículo 3.1 del Código Ético de Confianza Online.

Frente a dicha resolución Lactalis Puleva, S.A.U. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 18 de abril de 2017.

**Resumen de la Resolución: LACTALIS PULEVA, S.L.U. Vs.  
Resolución Sección Segunda de 9 de marzo de 2017.  
“Leche Desnatada Pascual 0%”**

Resolución de 9 de marzo de 2017, de la Sección Segunda del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por Lactalis Puleva, S.L.U. frente a una publicidad de la que es responsable la compañía Calidad Pascual, S.A.U.

La reclamación se dirigía frente a una publicidad del producto “Leche Desnatada 0%” y en concreto frente a las alegaciones “la mejor desnatada por su sabor”, “3 de cada 4 la comprarían” y “valorada como la mejor desnatada por su sabor”, difundidas en un anuncio de televisión, en su web [www.beberparacreer.es](http://www.beberparacreer.es), comunicación en punto de venta y embalaje del producto.

El Jurado entendió que la publicidad reclamada no era engañosa y por lo tanto no infringía la norma 14 del Código de Autocontrol ni el artículo 3.1 del Código Ético de Confianza Online.

## **II. Recurso de Alzada**

Frente a dicha resolución Lactalis Puleva, S.L.U. interpuso recurso de alzada cuestionando la valoración de los estudios aportados por las partes. El Pleno desestimó el recurso de alzada en mediante la Resolución de 18 de abril de 2017, por la que confirmaba la Resolución de la Sección Segunda del Jurado de 9 de marzo de 2017.



## Texto completo de la Resolución del Jurado: Lactalis Puleva, S.L.U. Vs. Resolución Sección Segunda de 9 de marzo de 2017 (“Leche Desnatada Pascual0%”)

En Madrid, a 18 de abril de 2017, reunido el Pleno del Jurado de la Publicidad de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. José Antonio Gómez Segade, para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por Lactalis Puleva, S.L.U., contra la resolución de la Sección Segunda del Jurado de 9 de marzo de 2017, emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 24 de febrero de 2017, Lactalis Puleva S.L.U. (en adelante, “**Puleva**”) presentó una reclamación frente a una publicidad de la que es responsable Calidad Pascual S.A.U. (en lo sucesivo, “**Pascual**”).

2.- Se dan por reproducidos los elementos publicitarios reclamados, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la Resolución de la Sección Segunda del Jurado de 9 de marzo de 2017 (en lo que sigue, la “**Resolución**”).

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Segunda del Jurado acordó desestimar la reclamación presentada, considerando que la publicidad no contravenía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (de aquí en adelante, el “**Código de Autocontrol**”) ni el artículo 3.1 del Código Ético de Confianza Online.

4.- El día 3 de abril de 2017 Puleva interpuso recurso de alzada frente a dicha Resolución, al no encontrarse conforme con su contenido. Sus argumentos pueden resumirse de la forma que se describe a continuación.

En primer lugar, Puleva cuestiona la calidad probatoria otorgada al estudio Amber por la Sección Segunda del Jurado. Así, Puleva considera que una correcta valoración del mismo no ampararía a Pascual para continuar utilizando las alegaciones reclamadas “la mejor desnatada por su sabor” y “valorada como la mejor desnatada por su sabor” en su publicidad.

En este sentido, Puleva defiende que el estudio Amber aportado por Pascual, es incompleto y carece de representatividad al haber excluido a la leche Puleva Desnatada del mismo. Por este motivo, sostiene que deberían tenerse en consideración los resultados del estudio Abante aportado por ella y que este estudio debería ser valorado en pie de igualdad frente al estudio Amber de Pascual.

En segundo lugar, Puleva reitera que la alegación “3 de cada 4 consumidores la comprarían” no ha sido retirada por parte de Pascual en todos los soportes, contraviniendo la Resolución del Jurado de 21 de julio de 2016.



Por todo lo expuesto, solicita a este Pleno que estime el recurso presentado y estime la reclamación de la que trae origen.

**5.-** Habiéndose dado traslado del recurso a Pascual, la compañía ha presentado escrito de impugnación en el cual se opone al recurso y muestra su total conformidad con la Resolución.

En primer lugar, respecto a la valoración de los estudios aportados por las partes, Pascual sostiene que los informes Amber de los años 2015 y 2016 son concluyentes y acreditan la veracidad de las expresiones reclamadas. Además, Pascual reitera la superioridad de su estudio en muestra y metodología frente al de Puleva.

En segundo lugar, respecto a la exclusión de la leche desnatada Puleva de su estudio comparativo, Pascual alega que la misma tiene una representatividad insignificante pues únicamente representa el 0,2% de la cuota de mercado en volumen a nivel nacional, aportando un certificado de la consultora Kantar para acreditarlo.

En el mismo sentido, Pascual alega que el ámbito geográfico de los informes Amber era nacional y que, por lo tanto, no se han tenido en cuenta otras marcas de leche desnatada con mayor presencia en ámbitos territoriales autonómicos o locales.

Por último, respecto a la alegación "3 de cada 4 consumidores la comprarían", Pascual defiende su licitud, sin perjuicio de lo cual sostiene haber dado cumplimiento a la Resolución del Pleno invocada por la contraparte, habiendo procedido a retirar la expresión de todos los materiales publicitarios señalados por Puleva.

En virtud de lo expuesto, solicita a este Pleno que confirme la Resolución recurrida.

## **II.- Fundamentos deontológicos.**

**1.-** A la vista de los antecedentes de hecho expuestos, y vistos los términos en los que se ha planteado el recurso de alzada, corresponde a este Pleno recordar en primer lugar que este procedimiento está condicionado por la Resolución de 21 de julio de 2016, confirmada por la Resolución de Pleno de 14 de septiembre de 2016 (Asunto 164/R/julio 2016), en la cual se analizó la veracidad de la alegación "la mejor desnatada por su sabor" que ahora se reclama.

Así pues, la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol resolvió en su momento que la citada expresión quedaba en principio suficientemente acreditada mediante el estudio Amber 2015, tal y como ya se advirtió en la Resolución de instancia. En consecuencia, y puesto que dicho pronunciamiento del Jurado es firme, en el procedimiento actual el Jurado, como ya se expuso en la instancia, debe limitarse al análisis sobre si las conclusiones de dicho estudio continúan o no vigentes y, por lo tanto, si Pascual puede o no continuar utilizando la misma alegación con base en dicho estudio.

Es decir, la firmeza de la previa resolución pronunciada por este Jurado obliga a valorar en el presente procedimiento únicamente si, entre el momento en que aquella fue dictada y el momento actual, y a la luz de las pruebas aportadas por las partes, ha habido un cambio de circunstancias (en particular, un cambio en las preferencias de los consumidores, o en los estudios que permitan determinar aquéllas) de forma tal que las alegaciones "la mejor desnatada

---



por su sabor” y “valorada como la mejor desnatada por su sabor” no puedan ser consideradas veraces en la actualidad.

En definitiva, este Pleno debe determinar si, a la vista de las pruebas y las alegaciones obrantes en el expediente, cabe afirmar que se ha producido un cambio en las preferencias de los consumidores o en los estudios conducentes a determinar aquellas, cambio que provoque que alegaciones que fueron consideradas veraces en una resolución firme del Jurado de 2016 ya no lo sean en la actualidad.

2.- Para proceder a dicho análisis, tanto la Sección Segunda en la instancia como ahora el Pleno del Jurado de Autocontrol deben atender únicamente a los dos estudios aportados por las partes: el estudio Amber 2016 que supone la actualización del estudio Amber 2015 –aportado por Pascual- y el estudio Abante 2016 –aportado por Puleva-.

Pues bien, el Jurado ha procedido a valorar dichos estudios en su conjunto, concediendo a ambos el mismo valor probatorio, y las conclusiones que ha obtenido son las siguientes:

a) El estudio Amber 2016 confirma lo indicado por el anterior de 2015; esto es, que la leche desnatada Pascual es significativamente superior a otras desnatadas del mercado en el atributo “sabor”.

b) Por otro lado, el estudio Abante 2016 aportado por Puleva no es, por sí solo, suficiente para desvirtuar las conclusiones arrojadas por el estudio Amber. En este sentido, no nos detendremos ya en las diferencias metodológicas entre ambos estudios, que fueron suficientemente expuestas en la resolución de instancia (en la cual se pone de manifiesto que, por ejemplo, su muestreo es de 150 personas únicamente de las ciudades de Sevilla y Valencia). Dejando estas cuestiones a un lado, ciñéndonos únicamente a las conclusiones del estudio Abante, y aún concediendo a éstas el mismo valor probatorio que a las reflejadas en el estudio Amber, lo cierto es que aquellas conclusiones del estudio Abante no son, por sí solas, suficientes para desvirtuar las obtenidas en el estudio Amber en el que se apoya la publicidad. En este sentido, debemos recordar que incluso en el Resumen Ejecutivo del estudio Abante, aportado por Puleva en la instancia, se muestra que las preferencias de los consumidores encuestados, a pesar de no ser significativas, favorecen a Pascual en todos los aspectos evaluados relacionados con el sabor.

c) Frente a la conclusión anterior, por lo demás, tampoco cabe objetar que en el estudio Amber 2016 no se incluía a la leche desnatada Puleva entre los productos sometidos al estudio. En efecto, el estudio Amber se ha realizado sobre un mercado nacional, en el cual la leche desnatada Puleva ocupa –según se ha acreditado por la reclamada- únicamente el 0,2% de la cuota de mercado en volumen. Por otra parte, ya se ha señalado que, para la presente resolución, el Jurado ha procedido a una valoración global o de conjunto de la prueba obrante en el expediente. Y en esa prueba no sólo se incluye el estudio Amber (que no incluye a Puleva), sino el estudio Abante, estudio este último en el que se comparan directamente las leches desnatadas de Puleva y Pascual sin que sus conclusiones –por si solas, y por las razones expuestas- sean suficientes para desvirtuar las del estudio Amber.

Así las cosas, y tras una valoración global y conjunta de la prueba obrante en el expediente, el Jurado no ha podido deducir de la misma elementos que permitan apreciar un cambio significativo en las circunstancias (ya sea las relativas a las preferencias de los



consumidores o a los estudios para determinarlas) sobre las cuales dictó su previa resolución de 14 de septiembre de 2016. Por consiguiente, tampoco ha podido deducir de aquella prueba elementos suficientes que permitan afirmar que las alegaciones que fueron consideradas veraces en aquella resolución ahora ya no lo son por haber perdido su actualidad.

No obstante, también debe recordar el Jurado que incumbe al anunciante la carga de asegurar la veracidad y actualidad de la totalidad de sus alegaciones en el momento en el que éstas se difunden. Por consiguiente, las conclusiones obtenidas por este Jurado lo son sin perjuicio de que pueda proceder un nuevo análisis de aquellas alegaciones en el caso de que pueda acreditarse de forma suficiente un cambio significativo en las preferencias de los consumidores o en los estudios tendentes a determinarlas.

**3.-** Por último, en lo que respecta a la expresión “3 de cada 4 la comprarían”, alega Puleva que, pese a haber sido considerada engañosa por una resolución previa del Jurado, Pascual la mantiene.

Frente a estas alegaciones de Puleva, Pascual responde defendiendo la licitud de la alegación, al tiempo que pone de manifiesto que, no obstante lo anterior, ha procedido ya a retirarla de todos los soportes en los que se incorporaba, o está en fase de retirada de los mismos.

Así planteados los términos del debate, este Pleno –en primer lugar- debe remitirse a lo ya resuelto en la Resolución recurrida y, en particular, en lo relativo a que no compete en este procedimiento pronunciarse de nuevo sobre la incompatibilidad de la expresión “3 de cada 4 la comprarían” con la norma 14 del Código de Autocontrol, pues dicha incompatibilidad ya fue pronunciada por resolución firme de este Jurado.

Asimismo, como ya se indicó en la Resolución de instancia, consta acreditado que Pascual ha llevado a cabo medidas encaminadas a retirar los materiales donde se incorporaba dicha mención o bien están en fase de completar su retirada, por lo que se está dando cumplimiento a la Resolución de 21 de julio de 2016 confirmada por la Resolución de Pleno de 14 de septiembre de 2016.

Cuestión distinta es que Puleva entienda que el cumplimiento de la misma ha sido tardío o con retraso, extremo que no compete al Jurado analizar. En efecto, el incumplimiento de las resoluciones del Jurado o el retraso en su cumplimiento –de haberse producido- constituyen, según los Estatutos de Autocontrol, infracciones disciplinarias. Pero, en caso de haberse producido, su conocimiento y sanción, también conforme a los Estatutos de Autocontrol, no corresponde a este Jurado, sino a la Comisión de Asuntos Disciplinarios previa incoación e instrucción del correspondiente expediente sancionador.

Por consiguiente, si Puleva entiende que las pruebas obrantes en el presente expediente permiten acreditar la presencia en el mercado de soportes donde todavía se incorpora la mención “3 de cada 4 la comprarían”, y entiende también que esta circunstancia permite afirmar la existencia de un retraso en el cumplimiento de la resolución del Jurado (cuestión sobre la que este Jurado no se pronuncia pues no es competente para ello) podrá presentar la denuncia correspondiente ante la Comisión de Asuntos Disciplinarios solicitando la apertura del correspondiente expediente sancionador.



En atención a todo lo expuesto, el Pleno del Jurado de Autocontrol,

**ACUERDA**

Desestimar el recurso de alzada interpuesto por Lactalis Puleva, S.L.U., frente a la Resolución de la Sección Segunda del Jurado de 9 de marzo de 2017.