

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN

<b>Reclamante</b>	Asociación Española de Fabricantes de Levadura (AFLE)
<b>Reclamado</b>	Mondelez España Services, S.L.U.
<b>Título</b>	Levadura Royal
<b>N.º de asunto</b>	36/R/MARZO 2021
<b>Fase del proceso</b>	Primera Instancia – Sección Primera
<b>Fecha</b>	23 de abril de 2021

Resolución de 23 de abril de 2021 de la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL por la que se estima la reclamación presentada por la Asociación Española de Fabricantes de Levadura (AFLE) frente a una comunicación comercial de la que es responsable la empresa Mondelez España Services S.L.U. La Sección estimó la reclamación declarando que la publicidad infringía las normas 2 y 14 del Código de Conducta de AUTOCONTROL.

### RESUMEN

Resolución de 23 de abril de 2021 de la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL por la que se estima la reclamación presentada por un particular frente a una comunicación comercial de la que es responsable la empresa Mondelez España Services, S.L.U.

La reclamación se dirige contra una pieza publicitaria difundida en internet (redes sociales y web de la reclamada) y el etiquetado del producto Royal promocionado por parte de Mondelez España Services, S.A.U. y más concretamente contra la calificación como “levadura” del mismo, en tanto la reclamada sostiene que se trata de un gasificante que no puede gozar de tal denominación.

Dada la complejidad técnica de la cuestión, el Jurado recurrió al informe emitido por la Dirección General de Consumo aportado por la reclamada, así como a elevar una consulta a la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, con el fin de recabar su opinión acerca de si el producto promocionado podía ser calificado como “levadura” en su etiquetado. Pues bien, a la vista de las respuestas de los dos organismos, según las cuales no sería correcta la utilización de dicho término para denominar al producto Royal promocionado, el Jurado entendió que la inclusión del término “levadura” en el etiquetado del producto promocionado, resultaba contraria a la norma 2 del Código de AUTOCONTROL en relación con el Reglamento (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y el Reglamento (CE) nº 1333/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, sobre aditivos alimentarios.

Igualmente, el Jurado concluyó que la utilización en el etiquetado del término “levadura” resultaría también contraria al principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de AUTOCONTROL.

Respecto al uso del término “levadura” por parte de Mondelez en la publicidad difundida por internet, quedó acreditado que se había producido un incumplimiento del compromiso de cese previamente adquirido por la reclamada, por lo que el Jurado procedió a elevar el expediente a la Comisión de Asuntos Disciplinarios de Autocontrol a efectos de la eventual apertura de un expediente sancionador.

## TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 23 de abril de 2021, reunida la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>a</sup>. María José Morillas Jarillo, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación Española de Fabricantes de Levadura en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Mondelez España Services, S.A.U., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 16 de marzo de 2021, la Asociación Española de Fabricantes de Levadura (en adelante, “AFLE”) presentó una ampliación de reclamación contra una publicidad de la que es responsable Mondelez España Services, S.A.U. que trae origen en una reclamación previa.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en internet (redes sociales y web de la reclamada) y el etiquetado del producto promocionado por parte de Mondelez España Services, S.A.U.

En la publicidad de Internet, se visualiza a una familia cocinando un postre mientras que se escucha la siguiente locución: “Esta Navidad, el mejor regalo no se compra, se hornea y con tu levadura Royal, sabemos que te quedará perfecto, para que puedas adornar tus momentos con la misma ilusión con la que hemos adornado estos árboles. Royal, moldea tu Navidad”.

Por su parte, en el etiquetado del producto reclamado se puede leer “Levadura en polvo” y “levadura química”.

3. Con fecha 19 de enero de 2021, se presentó por parte de AFLE una primera reclamación contra una campaña difundida por Mondelez en televisión e internet, en la que se identificaba el producto objeto de la reclamación como “Levadura Royal”. En opinión de AFLE, se trata de un gasificante que no puede denominarse como levadura en la medida en que no lo es, resultando dicha denominación engañosa.

El 28 de enero, si bien la reclamada indicaba que la denominación “Levadura Royal” cumplía con la normativa aplicable, en concreto, con el Reglamento 1169/2011, sobre la información

alimentaria facilitada al consumidor (por ser una denominación habitual o descriptiva) y que el producto informaba claramente de su composición, procedía a aceptar la reclamación. Así, Mondelez se acogía al artículo 13.3 del Reglamento del Jurado, aceptando la reclamación, aduciendo la finalización de la campaña en televisión y refiriendo encontrarse en proceso de eliminación de los contenidos de la misma también en internet, lo que motivó el archivo del expediente.

Sin embargo, con posterioridad al archivo del expediente, la reclamante ha podido comprobar que si bien Mondelez ha procedido a modificar el contenido de los anuncios emitidos en televisión, de tal manera que se ha eliminado cualquier referencia a la palabra “levadura”, no ha realizado cambio alguno en su publicidad difundida en internet, en contra del compromiso adquirido.

Adicionalmente, la reclamante ha detectado que la reclamada está haciendo uso de la palabra “levadura” igualmente en el etiquetado de su producto.

En consecuencia, con fecha 16 de marzo, la reclamante amplía su reclamación para, por un lado, denunciar el incumplimiento del compromiso adquirido por la reclamada ante AUTOCONTROL en lo que respecta a la publicidad emitida en Internet, y por otro lado, denunciar el uso de la palabra “levadura” en el etiquetado del producto. Con ello, la reclamante pretende evitar que la reclamada continúe haciendo un uso, según la reclamante, incorrecto, fraudulento y engañoso del término “levadura” en el producto Royal, cuya naturaleza, a juicio de AFLE, es la de gasificante.

Para ello, la reclamante no sólo aporta de nuevo al expediente la publicidad difundida en internet, sino que también adjunta pantallazos del etiquetado del producto de la reclamada, en los que puede verse la denominación “Levadura”.

4. Según expone en su escrito de ampliación de reclamación, AFLE considera que la publicidad del producto “Royal” infringe las normas 2 y 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en adelante, “Código de AUTOCONTROL”), y por ello solicita al Jurado que declare la publicidad contraria a las citadas normas e inste a la reclamada al cese inmediato de la difusión de la publicidad.

En primer lugar, AFLE pone de manifiesto que la denominación del producto que puede verse en los envases, esto es, “levadura en polvo” y “levadura química”, tal y como se desprende del etiquetado que aporta como Anexo n.º 1 a su escrito de reclamación, no se ajusta a derecho, en la medida en que el término “levadura” está regulado en nuestro país desde la publicación del Código Alimentario Español (Decreto 2484/1967, de 21 de septiembre), quedando reservado al *“producto obtenido por proliferación del «Saccharomyces cerevisiae», de fermentación alta, en medios azucarados adecuados”, pudiendo presentarse en dos grandes formatos: Levadura prensada húmeda (3.20.61) y 3.20.63, Levadura deshidratada, que a su vez puede presentarse en polvo, granulada o comprimida”*.

Asimismo, argumenta que el Ministerio de Consumo, a través de la Dirección General de Consumo, emitió un informe, que aporta como Anexo n.º 2 a la reclamación y cuyo contenido íntegro se reproducirá a continuación en los fundamentos deontológicos de la presente Resolución, en el que concluyó que el término “levadura” solo podrá utilizarse cuando se ajuste a la anterior definición y un uso incorrecto induciría a error al consumidor.

Sostiene la reclamante que el mismo criterio ha sido mantenido por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación a través de la Subdirección General de Control de la Calidad Alimentaria y de Laboratorios Agroalimentarios.

Con base en lo anterior, la reclamante concluye que no procede el uso del término “levadura”, reservado a microorganismos vivos, para referirse al producto de la reclamada, cuya propia lista de ingredientes alude a “gasificante”, término regulado en el Código Alimentario Español de forma separada a las levaduras.

Incluso en el supuesto de que la reclamada quisiera utilizar una denominación descriptiva para su producto, que no fuera la de “gasificante” o “impulsor”, existirían otras opciones según indica AFLE en su escrito, sin necesidad de recurrir a la denominación de “levadura”, que se corresponde con un producto distinto. Así, cita AFLE como ejemplo “Baking powder” o “Polvos para hornear”, denominación que sí utiliza la reclamada en muchos de los países en los que comercializa el producto promocionado y que no inducirían a error al consumidor respecto de la naturaleza del mismo.

5. En segundo lugar, AFLE aduce en su escrito de reclamación la existencia de confusión en el mercado español, así como entre los consumidores, por el empleo irregular del término levadura.

Como prueba de esta afirmación, la reclamante aporta distintos artículos de diversos medios de comunicación publicados en 2020 a raíz del auge en ventas de la levadura durante el confinamiento, cuya finalidad era la de clarificar las dudas surgidas en torno a los diferentes tipos de levadura y la diferencia entre ésta y el producto objeto de reclamación. Asimismo, pone de manifiesto que el producto de la reclamada aparece frecuentemente mal catalogado en los lineales de supermercados y en las páginas web de comercio online, en las que se ubica el producto “Royal” dentro de la categoría reservada a “levaduras”.

6. Por lo expuesto anteriormente, AFLE solicita que Mondelez cese en el uso del término “levadura” ya sea seguido de la mención “química” o de la mención “en polvo” en la denominación, etiquetado, presentación en los envases y en cualquier tipo de publicidad de un producto que no puede ostentar tal denominación, habida cuenta que se trata de un gasificante y entendiéndose por todo ello que la Publicidad Reclamada contraviene los principios de legalidad y veracidad, recogidos en las normas 2 y 14 del Código de Conducta de AUTOCONTROL.
7. Trasladada la reclamación a Mondelez, ésta presenta escrito de contestación en el que viene a oponerse a lo manifestado por la reclamante.

En primer lugar, se muestra en desacuerdo con la calificación de “gasificante” del producto promocionado, aduciendo que se puede encontrar la definición legal del término “gasificante” en el apartado 22 del Anexo I del Reglamento (CE) 1333/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, sobre Aditivos Alimentarios y en la Parte C del Anexo VII del Reglamento (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. Partiendo de lo anterior, continúa argumentando que el producto Royal no puede ser calificado como gasificante en la medida en que no se ajusta al Reglamento sobre aditivos antes mencionado, pues si bien reconoce que cuenta entre su composición con gasificantes, contiene otros ingredientes, como

la harina de arroz o el almidón de maíz, que no permiten aplicar el término “gasificante” al producto final.

Así las cosas, Mondelez entiende que nos encontramos ante un supuesto de falta de denominación jurídica, motivo por el que, según la reclamada, procede acudir a la denominación habitual o descriptiva, entendiendo como tal la que se viene aceptando por el público de los consumidores del Estado miembro en el que se vende el producto como denominación del mismo. A modo de ejemplo, pone de manifiesto que tanto los consumidores como los cocineros y múltiples publicaciones tales como libros de recetas, etc., se refieren al producto promocionado como “levadura” o “levadura química”.

8. En segundo lugar, y en relación con la sugerencia relativa a definir el producto promocionado como “Polvos para hornear”, la reclamada entiende que no procede utilizar dicha denominación en la medida en que el producto puede tener otros usos, aduciendo además que las denominaciones utilizadas en cada país obedecen a la legislación y circunstancias propias del mismo.
9. Así las cosas, la reclamada concluye que el uso del término “levadura química” se ajusta a la legislación en vigor y no induce a error al consumidor en tanto la mención “química” se aprecia claramente en el envase, dejando claro al consumidor que se trata de un producto distinto de la levadura convencional.

Además, arguye la ausencia de reclamaciones recibidas en su Servicio de Atención al Consumidor desde el año 2007 hasta el presente, referidas a la naturaleza del producto objeto de la reclamación, por lo que entiende que ésta ha sido, hasta la fecha, una cuestión pacífica. Por el contrario, sí reconoce la recepción de consultas con dudas acerca de la posibilidad de sustituir la levadura panadera por el producto Royal, demostrando claramente que los consumidores entienden que se trata de dos productos diferentes.

10. Por último, Mondelez se defiende argumentando que, si bien ha procedido a la eliminación de los vídeos de la campaña en los que figuraba el término “levadura” de todos los canales que están bajo su control y alcance, no le resulta posible controlar, revisar y eliminar los contenidos de las cuentas privadas en las que el mismo se ha reproducido o copiado. No obstante, reconoce que el contenido de la página [www.mipostre.com](http://www.mipostre.com), al no encontrarse la misma en uso actualmente, ni ha sido revisado ni se ha procedido a la eliminación de las menciones controvertidas, comprometiéndose en su escrito a subsanar de manera inmediata este error.
11. Con fecha 8 de abril de 2021, la Sección Primera del Jurado, a la vista de los escritos de las partes y con el objetivo de dar una mejor resolución del presente procedimiento, acordó elevar consulta a la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (en adelante, “AESAN”) a fin de recabar su opinión acerca de si el producto promocionado puede ser calificado como “levadura”.
12. Con fecha 15 de abril de 2021, la AESAN hizo llegar a la Secretaría de este Jurado su contestación a la consulta planteada, cuyo contenido se reproducirá íntegramente a continuación en los fundamentos deontológicos de la presente Resolución.

## II. Fundamentos deontológicos.

1. Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, y a la vista de los antecedentes de hecho expuestos, este Jurado debe resumir brevemente las actuaciones acontecidas hasta la fecha.

Como bien se ha indicado en los antecedentes de hecho, la reclamada recibió una primera reclamación por parte de AFLE, lo que motivó la apertura de un expediente previo al que ahora nos ocupa. El motivo de esa primera reclamación era la utilización del término “levadura” en su publicidad difundida tanto en internet como en televisión, en la medida en que la reclamante consideraba que dicha denominación no se correspondía con la verdadera categoría del producto promocionado y era por ello engañosa.

Dicho expediente fue archivado porque la reclamada informó de la finalización de la emisión de la campaña en televisión y manifestó su compromiso de eliminar todos los contenidos de la misma también en internet, acogiéndose así al artículo 13.3 del Reglamento del Jurado de la Publicidad.

Sin embargo, la reclamante alega que la reclamada, a pesar del compromiso manifestado, no sólo ha continuado difundiendo su publicidad en internet, en la que se refiere a su producto como “levadura”, sino que también utiliza el mismo término en el etiquetado de su producto, lo que ha motivado la interposición de la actual reclamación por parte de la reclamante.

Por lo tanto, en el caso que nos ocupa, este Jurado debe dilucidar sobre el uso del término “levadura” que se realiza por parte de la reclamada en estos dos medios.

2. En lo que se refiere al uso del término “levadura” en el etiquetado del producto promocionado, la reclamante sostiene, como ya hizo con motivo de su reclamación inicial, que su utilización es engañosa y contraria a la normativa vigente, en tanto que es un término reservado a los microorganismos unicelulares responsables de los procesos de fermentación, y no a productos como el que nos ocupa, esto es, un gasificante a base de bicarbonato sódico al que se añaden aditivos.
3. Por lo tanto, esta Sección entiende que la Publicidad Reclamada debe ser examinada a la luz de las normas 2 y 14 del Código de AUTOCONTROL. La primera de ellas recoge el principio de legalidad según el cual *“la publicidad debe respetar la legalidad vigente”*.

Por su parte, la norma 14 dispone lo siguiente: *“Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. Se entiende por publicidad engañosa aquella que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos: (...) b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio”*.

4. Como se aprecia en los antecedentes de hecho descritos, el núcleo de la controversia gira en torno a la categoría legal que merece el producto objeto de reclamación. Según la reclamante, el producto promocionado por la reclamada entraría dentro de la categoría de los “gasificantes”, definidos por el Código Alimentario Español (Decreto 2484/1967, de 21 de septiembre) en la

categoría 3.20.65. En ningún caso, podría calificarse el producto objeto de la reclamación como “levadura”, que la misma norma define y clasifica de forma separada como: “*Levadura prensada húmeda*” (3.20.61) y “*Levadura deshidratada*” (3.20.63).

Por su parte, la reclamada alega que su producto no se encuadraría en la categoría de los gasificantes, por contener otros ingredientes además de los gasificantes; y aunque no defiende en su escrito de contestación que sí pueda incluirse en la categoría de las “levaduras”, considera que la utilización de este término (“levadura”) no induce a error al consumidor en cuanto a la naturaleza del producto.

5. Pues bien, dada la complejidad técnica de la cuestión, este Jurado debe tener en cuenta en primer lugar el informe aportado por parte de la reclamante en el marco de este expediente, emitido por la Dirección General de Consumo, con fecha 18 de noviembre de 2020, en el que la misma vierte su opinión acerca de la utilización del término “levadura” en la publicidad del producto promocionado.

En dicho informe, la Dirección General de Consumo dispone lo siguiente:

**“Primero:** el Decreto 2484/1967, de 21 de septiembre, por el que se aprueba el texto del Código Alimentario Español, define dos tipos de levadura:

- Levadura prensada húmeda (3.20.61): “Es el producto obtenido por la proliferación del *Saccharomyces cerevisiae*, de fermentación alta, en medios azucarados adecuados.”

- Levadura deshidratada (3.20.63): “Productos obtenidos por la deshidratación de levaduras seleccionadas (*Saccharomyces cerevisiae*) u otras especies (diversas razas y variedades) cultivadas en medios azucarados y nitrogenados apropiados. Puede presentarse en polvo, granulada o comprimida.”

Así mismo define también el término gasificante (3.20.65) como “las sustancias de elaboración que se caracterizan por producir gas carbónico sin afectar al gluten de la pasta de trigo.”

**Segundo:** el Reglamento (CE) nº 1333/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, sobre aditivos alimentarios define en el Anexo I Clases funcionales de aditivos alimentarios usados en alimentos y de aditivos alimentarios usados en aditivos alimentarios y enzimas alimentarias, en el punto 22: “Gasificantes: sustancias o combinaciones de sustancias que liberan gas y, de esa manera, aumentan el volumen de una masa.”

**Tercero:** el Reglamento (CE) nº 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria, define “alimento” en el artículo 2: “A efectos del presente Reglamento, se entenderá por «alimento» (o «producto alimenticio») cualquier sustancia o producto destinados a ser ingeridos por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si han sido transformados entera o parcialmente como si no. «Alimento» incluye las bebidas, la goma de mascar y cualquier sustancia, incluida el agua, incorporada voluntariamente al alimento durante su fabricación, preparación o tratamiento.”

**Cuarto:** el Reglamento (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre

de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, establece en su artículo 9.1 las menciones obligatorias que deben constar en el etiquetado de los productos envasados. Entre estas menciones obligatorias figura la denominación del alimento (Art. 9.1.a). Por otra parte el artículo 17.1 del citado Reglamento especifica que “la denominación del alimento será su denominación jurídica. A falta de tal denominación, la denominación del alimento será la habitual, o, en caso de que esta no exista o no se use, se facilitará una denominación descriptiva del alimento.”

**Quinto:** el Real Decreto 308/2019, de 26 de abril, por el que se aprueba la norma de calidad para el pan, establece en su artículo 2 la definición de “pan”:

“Pan, sin otro calificativo, es el producto resultante de la cocción de una masa obtenida por la mezcla de harina y agua, con o sin adición de sal, fermentada con la ayuda de levadura de panificación o masa madre.” Y en su artículo 11 sobre materias primas y otros ingredientes indica que: “Todas las materias primas, ingredientes y aditivos que se utilicen en la elaboración del pan, deberán cumplir las disposiciones que les sean de aplicación.

1. Materias primas básicas: harina, agua, levadura de panificación o masa madre y sal. [...]”

**Sexto:** el Reglamento (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, establece en su artículo 7 sobre prácticas informativas leales que:

“1. La información alimentaria no inducirá a error, en particular:

a) sobre las características del alimento y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de procedencia, y modo de fabricación o de obtención;

[...]

c) al insinuar que el alimento posee características especiales, cuando, en realidad, todos los alimentos similares poseen esas mismas características, en particular poniendo especialmente de relieve la presencia o ausencia de determinados ingredientes o nutrientes;

[...]

4. Los apartados 1, 2 y 3 también se aplicarán a:

a) la publicidad;

b) la presentación de los alimentos y, en especial, a la forma o el aspecto que se les dé a estos o a su envase, al material usado para este, a la forma en que estén dispuestos así como al entorno en el que estén expuestos.”

**Séptimo:** como conclusión de lo señalado en los apartados precedentes, y para dar respuesta a los dos puntos de la consulta:

- El término “levadura” solo podrá utilizarse cuando se ajuste a la definición contemplada en el Código Alimentario Español (3.20.61 ó 3.20.63), es decir, cuando se trate de un producto obtenido por proliferación de *Saccharomyces cerevisiae*.

- No se podrá hacer referencia a la ausencia del término “levaduras químicas” ni de ningún aditivo “gasificante”, en la publicidad ni en la presentación de productos de panadería, ya que, según la norma de calidad del pan, el pan solo puede estar formado por harina, agua, levadura de panificación o masa madre y sal, puesto que dichas referencias supondrían una práctica informativa desleal.



La utilización del término “levadura” de forma incorrecta induce a error al consumidor e incumple los requisitos establecidos en la normativa mencionada, entre los que cabe destacar los que hacen referencia a las prácticas informativas leales (artículo 7 del Reglamento (UE) 1169/2011) tanto en el etiquetado de los productos alimenticios como en su publicidad y presentación”.

6. Asimismo, y a la vista de lo anterior, esta Sección, en su reunión de 8 de abril de 2021, decidió elevar consulta a la AESAN, solicitando igualmente la colaboración de dicha autoridad con el fin de determinar si la utilización del término “levadura” en el etiquetado del producto comercializado bajo la marca “Levadura Royal” y sobre el que se puede leer también “Levadura en polvo/Levadura química”, era correcta. Para ello, se aportó a la AESAN el etiquetado del producto, que es objeto de reclamación.

Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho de la presente Resolución, el 15 de abril de 2021 la AESAN hizo llegar a la Secretaría de este Jurado su respuesta bajo el título “Respuesta a AUTOCONTROL Levadura Química”. A continuación, se reproduce íntegramente la mencionada respuesta, que resuelve en el mismo sentido:

“En contestación a su consulta realizada a esta Agencia en relación a la utilización del término “levadura” en la publicidad de un producto cuyo etiquetado adjunta, y a la vista de la información aportada, le comunico que entendemos que las denuncias y el informe elaborado por la Dirección General de Consumo, consultada la S.G. de Calidad y Sostenibilidad Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, se han gestionado en el marco de tales Unidades por considerarlo un aspecto que no supone un problema de seguridad alimentaria, sino que recae principalmente en el ámbito de la defensa del consumidor y de la calidad agroalimentaria, al tratarse de una cuestión de denominación del alimento.

No obstante, dado que se solicita la opinión de esta Agencia y que, de acuerdo con la información que consta en internet (en las fotografías adjuntas no se aprecia), se trata de un producto en cuya lista de ingredientes figuran los aditivos gasificantes E-500 bicarbonato de sodio y E-450 difosfato sódico, el aditivo estabilizante E- 341 fosfato monocálcico, y harina de arroz (que previsiblemente actúa como soporte de los mismos), le indico que, en términos generales, compartimos las conclusiones del citado informe, si bien, desconocemos los términos exactos de las denuncias que lo motivaron.

En relación a la denominación del alimento, consideramos que, junto con lo dispuesto en el artículo 17.1 del Reglamento (UE) Nº 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, se debe tener en cuenta lo que el Reglamento (CE) Nº 1333/2008 sobre aditivos alimentarios establece en el artículo 23 (etiquetado de los aditivos alimentarios destinados a la venta al consumidor final), apartado 1.

En todo caso, con objeto de lograr el doble objetivo recogido en el artículo 3 del Reglamento (UE) Nº 1169/2011, esto es, protección del consumidor proporcionando una base para que el consumidor final tome decisiones con conocimiento de causa y la necesidad de proteger los intereses legítimos de los productores, se considera que la información que figure en el etiquetado, presentación o publicidad de un alimento debe cumplir con las prácticas informativas leales establecidas en el artículo 7 del mismo”.

7. Pues bien, a la vista de las respuestas ofrecidas tanto por la Dirección General de Consumo como por la AESAN, que se acaban de reproducir de manera íntegra, procede estimar la reclamación

presentada por la reclamante contra el etiquetado del producto “Levadura Royal”, entendiéndose que la inclusión del término “levadura” en el etiquetado del producto promocionado, resulta contraria a la norma 2 del Código de AUTOCONTROL en relación con el Reglamento (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y el Reglamento (CE) nº 1333/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, sobre aditivos alimentarios.

Igualmente, la utilización en el etiquetado del término “levadura” resultaría también contraria al principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de AUTOCONTROL.

8. Respecto del uso del término “levadura” por parte de Mondelez en la publicidad difundida por internet, es necesario recordar que, como se ha expuesto en los antecedentes de hecho, ya había sido objeto de reclamación en un expediente anterior. Dicho expediente quedó archivado en la medida en que la reclamada se había comprometido al cese de la publicidad.

Por lo tanto, cabe determinar las consecuencias de la aceptación de la primera reclamación y el compromiso de cese manifestado por la reclamada en su escrito de contestación inicial.

A este respecto, procede señalar que el artículo 13.3 del Reglamento del Jurado dispone lo siguiente: *“Tampoco se tramitarán aquellas reclamaciones que el reclamado acepte, siempre que éste se comprometa por escrito a cesar de manera definitiva la difusión de la comunicación comercial cuestionada. No obstante lo anterior, si de oficio o a instancia de parte, se alegare que existen indicios de que una comunicación comercial incumple un compromiso previo de cese, el Jurado podrá incoar procedimiento, no admitiéndose en tales casos un nuevo compromiso de cese por parte de la parte reclamada; el procedimiento continuará hasta la emisión de la correspondiente decisión por parte del Jurado, en la cual, además de los pronunciamientos que correspondan, se determinará si la publicidad incumple el compromiso de cese previo, elevándose en tal caso el expediente a los órganos competentes de la Asociación”.*

En el presente caso, la Asociación reclamante alega expresamente que la Publicidad Reclamada es la misma publicidad previamente difundida por la reclamada en internet y que ésta se había comprometido a cesar tras haber sido objeto de reclamación. La propia reclamada admite en su escrito que no ha procedido a la total eliminación de su publicidad en internet, tal y como se comprometió inicialmente.

En consecuencia, es evidente que se ha producido un incumplimiento del compromiso de cese previamente adquirido por la misma reclamada y que la manifestación de un nuevo compromiso de cese carecería de efecto; en consecuencia, siendo ésta una cuestión disciplinaria, este Jurado debe elevar el presente expediente a la Comisión de Asuntos Disciplinarios de Autocontrol a efectos de la eventual apertura -si la Comisión lo entiende oportuno- de un expediente sancionador en relación con el eventual incumplimiento del compromiso de cese de la difusión de la publicidad en Internet.

En atención a todo lo anterior, la Sección Primera del Jurado de Autocontrol

## ACUERDA

1. Estimar la reclamación presentada por la Asociación Española de Fabricantes de Levadura frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Mondelez España Services, S.L.U.
2. Declarar que la Publicidad Reclamada infringe las normas 2 y 14 del Código de AUTOCONTROL.
3. Instar al anunciante la rectificación de la Publicidad Reclamada en el sentido expuesto en los fundamentos deontológicos de la presente Resolución.
4. Elevar el expediente a la Comisión de Asuntos Disciplinarios de Autocontrol a los efectos previstos en el fundamento deontológico octavo.
5. Imponer a Mondelez España Services, S.L.U. el pago de las tasas devengadas por la tramitación del presente procedimiento de conformidad con las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de AUTOCONTROL.