

La publicidad de los productos de CBD

Recientemente el Colegio de Farmacéuticos de Barcelona publicó un comunicado para trasladar un requerimiento del Servicio de Control Farmacéutico y Productos Sanitarios, de la Dirección General de Ordenación y Regulación Sanitaria, del Departamento de Sanidad de la Generalitat de Catalunya, sobre la publicidad de unos productos de CBD que se anunciaban para el alivio del dolor crónico y dolor neuropático.



MIGUEL TORRES BLÁNQUEZ
SENIOR COUNSEL EN
BAKER TILLY ABOGADOS

El Servicio de Control advierte lo siguiente:

El hecho de que se atribuya a los productos cosméticos la finalidad de aliviar el dolor o la inhibición del dolor, el efecto antiinflamatorio, el efecto analgésico, calmante, relajante o descongestionante de la zona donde se aplica el producto, que no son finalidades propias de los productos cosméticos de acuerdo con la definición recogida en el artículo 2 del Reglamento 1233/2009, supone un incumplimiento de lo establecido en el artículo 20 de este Reglamento. Por lo tanto, la publicidad que se hace sobre estos productos es ilegal.

Se hacen los siguientes requerimientos a las farmacias para que:

- No coloquen en la oficina de farmacia ningún material publicitario o promocional dirigido al público de los productos cosméticos en los que se informe y/o haga publicidad del uso de estos productos para el **tratamiento o el alivio del dolor**
- No publiquen en el sitio web de la oficina de farmacia o en las redes sociales que se puedan utilizar para dirigirse al público ninguna información, publicidad y/o material publicitario o promocional de los productos cosméticos en los que se informe y/o haga publicidad del uso de estos productos para el **tratamiento o el alivio del dolor**

De acuerdo con el artículo 37 del Decreto 129/2022, de 28 de junio, de reestructuración del Departamento de Salud, desde el Servicio de Control se ha requerido a los responsables de la empresa que:

- Retiren, de manera inmediata, de todos los lugares donde los hayan distribuido, todos los catálogos publicitarios de los



*productos cosméticos, o cualquier otro en el que se asocie el uso de estos productos con el **tratamiento o el alivio del dolor**.*

- Cesen, de manera inmediata, de hacer publicidad, por cualquier tipo de medio, de los productos cosméticos en la que se asocie el uso de estos productos con el **tratamiento o el alivio del dolor**.

Reclamación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación ante Autocontrol

Hace ya varios años que la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) formuló reclamación ante el Jurado de Autocontrol de la Comunicación Comercial contra una empresa que comercializaba aceites de CBD y solicitó que declarase ilícita la publicidad reclamada, así como requirió a la empresa su cese o rectificación inmediatos de acuerdo con la normativa vigente. La AUC es una organización sin ánimo de lucro constituida al amparo de lo previsto en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Esta Asociación está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita.

En el curso de su actividad de seguimiento e identificación de ilícitos publicitarios la AUC detectó una comunicación comercial en Internet de un complemento alimenticio comercializado como **aceite de CBD** que consideró contrario a la legislación vigente.

El **Código de Conducta Publicitaria de la AAP** como el **Código Ético de Confianza Online**, señalan que la publicidad debe respetar la legalidad vigente, y, a mayor

abundamiento, que no deberá constituir un medio para abusar de la buena fe del consumidor, ni ser engañosa.

En este caso la citada Web todos los productos tenían como ingrediente principal el CBD o aceite de CBD, cáñamo y productos de cannabis 100% orgánicos y se presentaban como **complementos alimenticios**. Toda la comunicación comercial de la Web giraba en torno a ensalzar los efectos beneficiosos que posee el aceite de CBD para la salud en los siguientes términos:

*El aceite de CBD ha sido estudiado por su gran número de propiedades sobre el bienestar humano. Numerosos reportes cuentan con **propiedades antitumorales, antieméticas, anticonvulsivas, analgésicas, antiinflamatorias, entre muchas otras**. Hasta la fecha se han publicado resultados de varias investigaciones que comprueban la eficacia del cannabidiol en **tratamiento de las enfermedades y malestares de diferentes tipos y grados, tales como esclerosis múltiple, glaucoma, anorexia, epilepsia, insomnio, cáncer de mama y muchos otros**. Nuestra tienda ofrece aceites de CBD en concentraciones de 4%, 10%, 15% y 24% que ayudan a las personas que luchan con **dolor, dolencias y diferentes afecciones/enfermedades**. Para condiciones leves, se recomienda el Aceite de CBD 4% Para condiciones moderadas, se recomienda el Aceite de CBD 10% Para condiciones severas y crónicas, se recomienda el Aceite de CBD 15%.*

En la citada Web, además de una amplia información sobre el carácter medicinal del cannabis aparecía un desplegable vinculando el **uso benéfico y curativo del CBD con distintas enfermedades como cáncer, epilepsia, artritis, fibromialgia, Crohn, esclerosis múltiple, esquizofrenia, ansiedad, hepatitis, Parkinson y, por supuesto, el coronavirus**. En la página principal también se recogían

los **testimonios de pacientes** (reales o supuestos) que han utilizado el producto.

Además, se informaba que la empresa contaba con un grupo de médicos especializados en tratamientos con cannabinoides, técnicos de laboratorio y asesores científicos que asesoraban a los clientes acerca de la administración de productos de CBD para el manejo de algunas de las **“enfermedades más duras conocidas por la humanidad”** y sus efectos adversos.

El CBD como ingrediente de productos alimenticios o cosméticos

En el primer caso se trataba de un producto que se comercializaba como cosmético, y en el segundo como complemento alimenticio, pero en ambos casos se atribuían a los productos **propiedades terapéuticas para el tratamiento de enfermedades**. Sin embargo, está claro que ni un alimento ni un cosmético puede ser un medicamento, y viceversa.

Según la definición del art. 2 del Real Decreto 1487/2009, de 26 septiembre, relativo a

los **complementos alimenticios**, se trata de los productos alimenticios cuyo fin sea **complementar la dieta normal y consistentes en fuentes concentradas de nutrientes o de otras sustancias que tengan un efecto nutricional o fisiológico**, en forma simple o combinada, comercializados en forma dosificada, es decir cápsulas, pastillas, tabletas, píldoras y otras formas similares, bolsitas de polvos, ampollas de líquido, botellas con cuentagotas y otras formas similares de líquidos y polvos que deben tomarse en pequeñas cantidades unitarias. Los nutrientes solo pueden ser vitaminas o minerales.

Hasta el momento la comercialización de complementos alimenticios con CBD no está autorizada en la Unión Europea porque el CBD no se encuentra autorizado como **nuevo alimento** en los términos del Reglamento (UE) 2015/2283 relativo a los nuevos alimentos.

Según la definición del art. 2 del Reglamento (UE) 1223/2009, sobre los **productos cosméticos**, se trata de toda sustancia o mezcla destinada a ser puesta en contacto

con las partes superficiales del cuerpo humano (epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos) o con los dientes y las mucosas bucales, **con el fin exclusivo o principal de limpiarlos, perfumarlos, modificar su aspecto, protegerlos, mantenerlos en buen estado o corregir los olores corporales**.

Por otra parte, si bien el 3 febrero 2021 la Comisión Europea eliminó completamente todas las restricciones que aparecían en la lista de ingredientes para cosméticos respecto del ingrediente “Cannabidiol – Derivado de extracto o tintura o resina de cannabis”, solo se reconocen las siguientes aplicaciones: **anti-sebo, anti-oxidante, acondicionamiento de la piel y protección de la piel**.

La falta de una regulación clara sobre los usos del cannabis, y en especial del uso medicinal, ha dado lugar a la comercialización de productos que, por sus indicaciones, deberían ser medicamentos o productos sanitarios pero que se presentan como alimentos o cosméticos ●

Servicio Webinar Online



ORGANIZAMOS EL SEMINARIO
QUE NECESITE PARA LLEGAR
A LOS PROFESIONALES
DE SU SECTOR

+34 672 050 625
marcos@farmaindustrial.com
farmaindustrial.com

WEBINAR ESPECIALIZADO PARA PROFESIONALES DEL SECTOR

Temática definida por la empresa contratante.

Temas de actualidad abordados por expertos.

Disponibilidad de los contenidos y las ponencias
en nuestras redes sociales.

Participación de los asistentes con preguntas en
directo a los ponentes.