



Resolución de 21 de febrero de 2017, de la Sección Sexta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Goldcar Spain, S.L. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía infracción del artículo 3 del Código Ético de Confianza Online ni la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Frente a dicha resolución el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 16 de marzo de 2017.

Resumen de la Resolución:  
**Particular (Confianza Online) vs. Gold Car Spain S.L.**  
**“Fiat 500. Web”**

Resolución de 21 de febrero de 2017, de la Sección Sexta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Goldcar Spain, S.L.

La reclamación se formula frente a una publicidad, en la que se promueve el alquiler de vehículos, difundida a través de la página web de la reclamada, y en cuyo motor de reservas para el segmento de alquiler de vehículo modelo FIAT 500, se muestra la imagen del vehículo junto a la expresión “*FIAT 500 o similar*”.

La Sección desestimó la reclamación, declarando que la publicidad reclamada no infringía el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online ni la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL. La Sección concluyó que la publicidad reclamada no era susceptible de provocar una expectativa errónea al consumidor medio razonablemente atento y perspicaz, induciéndole a creer que el vehículo que contratará será, en todo caso un FIAT 500, en la medida en que se informa de manera clara e inequívoca del hecho de que el modelo del vehículo ofertado es un modelo FIAT 500 o similar.

### **Recurso de alzada**

Frente a dicha resolución el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 16 de marzo de 2017.



Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Recurso de alzada de un Particular vs. Resolución de la Sección Sexta de  
21 de febrero de 2017  
Asunto: “Fiat 500. Web”**

En Madrid, a 16 de marzo de 2017, reunido el Pleno del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Antonio Velasco San Pedro para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por un particular contra la resolución de la Sección Sexta de 21 de febrero de 2017, emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

### **I.- Antecedentes de hecho.**

1.- El pasado 10 de febrero de 2017, un particular presentó ante la Secretaría de Confianza Online un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Goldcar Spain, S.L. Dicha reclamación fue posteriormente trasladada al Jurado por la Secretaría de Confianza Online.

2.- Se da por reproducida la publicidad reclamada, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 21 de febrero de 2017 (en adelante, la “**Resolución**”).

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Sexta del Jurado acordó desestimar la reclamación presentada por no considerarla contraria ni a la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en adelante “**Código de AUTOCONTROL**”) ni al artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

4.- El 2 de marzo de 2017, el particular reclamante interpuso recurso de alzada contra la Resolución por entender que la publicidad reclamada contraviene la norma 14 del Código de AUTOCONTROL, pues insiste en que la publicidad controvertida es engañosa, toda vez que, según afirma, solicitó para su alquiler en la oficina de Malta de Goldcar Spain, S.L. el modelo FIAT 500 y no un modelo similar y, además, fue informado por un empleado de que Goldcar Spain, S.L. no disponía de ninguna unidad de FIAT 500 desde hacía aproximadamente dos años.

5.- Trasladado el recurso de alzada a la empresa Goldcar Spain, S.L., ésta ha presentado escrito de impugnación en plazo. En él, rechaza las alegaciones hechas por el particular y el carácter engañoso de la publicidad, en esencia, por las siguientes razones:



i) La publicidad controvertida advierte que la reserva de los vehículos que los consumidores hacen en la empresa Goldcar se refiere a una gama o grupo, pero no a un modelo de vehículo concreto. Además, sigue argumentando la reclamada, en la propia publicidad puede verse que la fotografía de los vehículos a los que se refiere la gama BB varía, de tal forma que el consumidor puede saber qué otros vehículos conforman la gama y, por tanto, le pueden ser entregados. Finalmente en la propia reserva del vehículo se especifica que la reserva que el particular hizo con Goldcar lo fue sobre la gama BB, lo que incluye el vehículo FIAT 500 o similar. Por todo ello, según sostiene la reclamada, es evidente que el particular alquiló un vehículo de la gama BB, y no un modelo concreto, con pleno conocimiento de causa.

ii) Es práctica lícita y habitual en el sector, reservar un vehículo por una gama o grupo.

iii) El día en que el particular alquiló el vehículo a la empresa Goldcar, su flota disponía de 855 unidades del modelo de vehículo FIAT 500.

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

1.- Antes de analizar los distintos motivos de impugnación expuestos por el recurrente, y en aras de una mejor comprensión de la presente resolución, el Pleno considera conveniente hacer una breve síntesis de la cuestión debatida y de la resolución de instancia.

En este sentido, debe recordarse que el presente procedimiento trae causa en una reclamación en la que se invocaba el carácter engañoso de la publicidad reclamada consistente en una campaña publicitaria difundida a través de la página web de la reclamada, en la que se promueve la contratación de vehículos bajo régimen de alquiler, y en la que en su motor de reservas para el segmento de alquiler de vehículo modelo FIAT 500, se muestra la imagen del vehículo y, encima de ella, se incluye la expresión "*FIAT 500 o similar*". Y ello, según el particular porque consideraba que esta publicidad podía inducir a error sobre el modelo de vehículo que ha contratado. La razón que adujo el particular para respaldar su parecer estribó en que, a su juicio, a pesar de que la publicidad controvertida señalaba que el consumidor había alquilado un FIAT 500 "o similar", la reclamada apenas disponía de vehículos del modelo FIAT 500, por lo que entendía que la reclamada se servía de ellos en la publicidad sólo a modo de reclamo y que, por tanto, era engañosa.

2.- En su resolución de instancia, el Jurado desestimó esta reclamación. A estos efectos, consideró que la publicidad reclamada no era engañosa, pues contenía una mención clara e inequívoca al hecho de que el modelo del vehículo ofertado era un modelo FIAT 500 o similar y ni se afirmaba que el consumidor fuera a contratar con certeza un FIAT 500, ni se vertía ninguna alegación que, por su ambigüedad, pudiera ser apta para inducir al consumidor a creer erróneamente que contrata un FIAT 500.

3.- Frente a este pronunciamiento de la Sección (que ya avanzamos que el Pleno comparte íntegramente), se alza el particular recurrente esgrimiendo el mismo motivo de impugnación que alegó su escrito de reclamación, al que añade dos nuevos motivos, a saber: que solicitó para su alquiler en la oficina de Malta de Goldcar Spain,



S.L. el modelo FIAT 500 y no un modelo similar y, además, que fue informado por un empleado de que Goldcar Spain, S.L. no disponía de ninguna unidad de FIAT 500 desde hacía aproximadamente dos años.

4.- Pues bien, con todos los respetos a la percepción y juicio del particular reclamante, este Pleno no puede compartir la alegación que la recurrente defiende. En efecto, como bien argumentó la Sección Sexta en la resolución impugnada, la publicidad controvertida advierte con meridiana claridad y de forma legible y perfectamente comprensible para el consumidor medio, que el modelo del vehículo ofertado para su alquiler es un modelo FIAT 500 o un modelo de vehículo similar.

Es llano, por tanto, que el consumidor, cuando solicita alquilar el modelo de vehículo FIAT 500 tiene pleno conocimiento de que cabe la posibilidad de que finalmente le adjudiquen un vehículo de una categoría similar a la de ese modelo de vehículo, pues ése es el mensaje que sin ningún tipo de ambigüedad traslada la publicidad controvertida, ya que en ningún momento se garantiza en ella que la reclamada pondrá a disposición del consumidor un vehículo modelo FIAT 500.

Siendo ello así, parece claro que un consumidor medio razonablemente atento y perspicaz no puede ser inducido a creer erróneamente que el coche que la reclamada le entregará será con seguridad un coche modelo FIAT 500. Por tanto, ha de concluirse, como lo hizo la resolución impugnada, que la publicidad reclamada no es idónea para crearle al consumidor una expectativa que no se corresponde con la realidad y, por ende, no puede entenderse contraria ni a la norma 14 del Código de AUTOCONTROL ni al artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

5.- A mayor abundamiento, la reclamada ha acreditado en este procedimiento que el día en que el particular alquiló el vehículo en cuestión, la flota de Goldcar disponía de 855 unidades del modelo de vehículo FIAT 500, por lo que este Pleno debe rechazar también que la reclamada utilice este modelo de vehículo en su publicidad simplemente como reclamo y que no disponga de este modelo desde hace 2 años, tal y como afirma el particular en su escrito de recurso.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de AUTOCONTROL

## **ACUERDA**

Desestimar el recurso de alzada presentado por un particular contra la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 21 de febrero de 2017.