



Resolución de 29 de junio 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 Vodafone España S.A.U. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía vulneración de la Norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad).

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 20 de julio de 2017.

**Resumen de la Resolución:
Particular vs.
Vodafone España S.A.U.
("Oferta Fibra 300MB Subida y Bajada. Internet")**

Resolución de 29 de junio de 2017 de la Sección Sexta del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular, en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España S.A.U.

La reclamación se formula frente a una publicidad difundida en la *web* de la reclamada en la que se promueve un producto (Fibra óptica ONO 300 mb) a un precio de 14,90 euros mensuales con una velocidad de 300 mb de subida y bajada.

Tras examinar la publicidad reclamada, el Jurado comprobó que la misma no infringía lo dispuesto en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad). En primer lugar, consideró que el anuncio controvertido no era apto para inducir a error sobre una de las condiciones de la oferta, esto es, la velocidad de la fibra óptica promocionada. En particular, concluyó que en la publicidad analizada se indicaba a través de una nota a pie de página, suficientemente destacada y vinculada correctamente al mensaje principal con un asterisco, que la velocidad de subida de 300 megas promocionada estaba condicionada a la disponibilidad geográfica. En segundo lugar, sostuvo que con base en su propia doctrina y en la jurisprudencia, no resultaría engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica, con independencia de que algunas partes menores no lo sean y se realicen con cable coaxial.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 20 de julio de 2017.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs.
Vodafone España S.A.U.
(“Oferta Fibra 300MB Subida y Bajada. Internet”)

En Madrid, a 29 de junio de 2017, reunida la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Berenguer Fuster para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U., emite la siguiente

RESOLUCION

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 14 de junio de 2017, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España SAU (en adelante “**Vodafone**”).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad y, en particular, un anuncio realizado en la página web de Vodafone, en la que se promueve un producto (Fibra óptica Ono 300 mb) a un precio de 14,90 euros mensuales con una velocidad de 300 mb de subida y bajada.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad Reclamada**”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada es engañosa. El argumento que vierte para sustentar esta conclusión radica, en primer término, en que ha adquirido el producto Fibra Ono 300 mb y, lejos de lo que la reclamada afirma en la publicidad controvertida, sólo goza de 300 mb en la velocidad de bajada mientras que en la de subida dispone únicamente de cerca de 30 o 32 mb. Y en segundo término, el particular alega que en la mencionada publicidad la conexión se promocionaba como fibra óptica y él en su casa la recibe por cable coaxial.

Por todo ello, el particular solicita al Jurado que declare engañosa la Publicidad Reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, Vodafone, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él mantiene que el particular reclamante ha aportado una copia incompleta de la publicidad, y si se atiende a la publicidad completa cualquiera se apercebe de que ésta incluye una advertencia a modo de asterisco según la cual la velocidad de subida de 300 megas que se oferta en la publicidad controvertida no es general, sino que está sometida a disponibilidad



geográfica. Además, prosigue la reclamada, antes de contratar el servicio, el cliente es informado del tipo de despliegue de fibra que tiene en su domicilio por lo que puede cerciorarse de si puede disfrutar del servicio promocionado o no.

Por otro lado, la reclamada argumenta que la publicidad no es engañosa por razón de proporcionar el producto parcialmente a través de cable coaxial, puesto que el propio Jurado y nuestra jurisprudencia ha mantenido que no es engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica, con independencia de que algunas partes menores (como las conexiones con los hogares) no lo sean y se realicen con cable coaxial.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad objeto del presente procedimiento a la luz del principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en lo sucesivo, “**Código de AUTOCONTROL**”) a tenor del cual:

“1. La publicidad no deberá ser engañosa. Se entiende por publicidad engañosa aquélla 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 (...).”

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, en el caso que nos ocupa, el particular reclamante parece considerar engañosa la publicidad reclamada por una doble razón.

En primer término, porque considera que ésta induce a error sobre una de las condiciones de la oferta y, en particular, la velocidad de la fibra óptica promocionada. En concreto, el particular mantiene que la velocidad real de que él dispone es de 300 mb de bajada pero únicamente 30 o 32 mb de subida, mientras que en la publicidad se afirma que la fibra ofertada tiene una velocidad de 300 mb tanto para subida como para bajada. Para sustentar su reclamación en este punto, el particular reclamante aporta una copia impresa del anuncio objeto de la reclamación.

En segundo término, el particular sostiene que la publicidad es apta para provocar una impresión que no se corresponde con la realidad, toda vez que, pese a que dicha publicidad oferta un servicio de fibra óptica, él recibe en su domicilio cable coaxial en lugar de la mencionada fibra.

3.- Por lo que a la primera de las alegaciones se refiere, Vodafone ha acreditado que la copia de la publicidad aportada por el particular para sustentar su reclamación en este extremo es incompleta, y que en la publicidad reclamada, tras la frase Fibra Ono 300 mb simétricos, se incluye un asterisco que advierte claramente



que la velocidad de subida de 300 megas que en ella se oferta no es de carácter general, sino que se halla sujeta a disponibilidad geográfica.

Es cierto que el recurso a los asteriscos para matizar o debilitar el mensaje publicitario contenido en el texto principal puede dar lugares a abusos, pero esa circunstancia no se produce en el presente caso. La nota a pie de página a la que se remite el asterisco, por cierto omitida en el texto remitido por el denunciante, resulta suficientemente destacada con un tamaño de la letra similar al del texto principal, por lo que no se puede alegar razonadamente que exista un intento de dificultar el mensaje en ella contenido.

En estas circunstancias, a juicio de este Jurado, mal puede sostenerse que el anuncio controvertido es apto para inducir a error sobre una de las condiciones de la oferta y, en particular, la velocidad de la fibra óptica promocionada, puesto que en él se informa con meridiana claridad que la velocidad de subida de 300 megas está condicionada a disponibilidad geográfica.

4.- Centrados ahora en la segunda de las alegaciones, es doctrina de este Jurado y de nuestra jurisprudencia, tal y como advierte y acredita la reclamada en su escrito de contestación, que no puede reputarse engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica. Y ello con independencia de que algunas partes menores (como las conexiones con los hogares) no lo sean y se realicen con cable coaxial (v. SAP Madrid de 7 de octubre de 2016, Resolución de la Sección Quinta del Jurado de AUTOCONTROL de 23 de septiembre de 2010 y Resolución del Pleno del Jurado de de AUTOCONTROL de 1 de octubre de 2010).

5.- A la vista de todo lo expuesto, el Jurado debe concluir que la publicidad reclamada no infringe la norma 14 del Código de AUTOCONTROL por ninguno de los aspectos que el particular alega en su escrito de reclamación.

Por las razones expuestas, la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U.