



Resolución de 12 de septiembre de 2018 de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Telepizza 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.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Telepizza S.A.U.
“Oferta 2x1. Internet. TV”

Resolución de 12 de septiembre de 2018 de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Telepizza S.A.U.

La reclamación se dirige contra diversas piezas publicitarias difundidas por televisión y en la página web de Telepizza.es donde se promocionaba la oferta de 2x1 en pizzas medianas y familiares.

El particular consideraba que la publicidad era engañosa y, por tanto, contraria a la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL al considerar que esta daba a entender que se ofrecía una segunda pizza gratuita cuando, realmente, al aplicarse la oferta lo que se hacía era doblar el precio habitual de esta. Sin embargo, el Jurado desestimó la reclamación considerando que la publicidad no era engañosa al haber quedado acreditado, en base a las pruebas aportadas al expediente por la empresa anunciante, que la oferta se aplicaba sin modificar el precio que tenían las pizzas originalmente.



Texto Completo de la Resolución del Jurado: Particular vs. Telepizza S.A.U. “Oferta 2x1. Internet. TV”

En Madrid, a 12 de septiembre de 2018, 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 Telepizza S.A.U., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 3 de septiembre de 2018, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Telepizza S.A.U.

2.- La reclamación se dirige contra diversas piezas publicitarias difundidas por televisión y en la página web de Telepizza S.A., en las que se realiza una promoción consistente en ofrecer dos pizzas al precio de una. En particular, el anuncio difundido en ambos medios inicia con la imagen de un delfín sumergiéndose en el mar y a continuación la expresión “2x1” en grandes caracteres y destacada en color rojo también sumergiéndose en el mar a modo de delfín, mientras una voz en *off* afirma lo siguiente “*Pídele más al verano. Llega el dos por uno de Telepizza. Ahora con tu Telepizza favorita otra de regalo. Aprovéchalo*”, y puede verse la imagen de dos pizzas rodeadas de la expresión “2x1”.

Por su parte, en la página web de la reclamada se contiene también una publicidad en la que puede leerse la siguiente expresión “*2x1 en tus pizzas medianas y familiares*” y en otro apartado la alegación “*Válida a domicilio desde el 18/07/2018 hasta el 12/09/2018. Pide dos pizzas y te cobraremos el precio de la de mayor importe. Consulta precio y condiciones en tienda o www.telepizza.es. No acumulable a otras ofertas*”.

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 pues, según afirma, pese a que ofrece 2 pizzas medianas al precio de una, cuando el cliente selecciona una pizza, que en realidad oscila entre 7 y 15 euros, la reclamada dobla el precio de la misma (como si de dos pizzas se tratase).

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él advierte, en primer lugar, que la reclamación adolece de la información necesaria para poder determinar con exactitud la incidencia acaecida, puesto que desconoce la dirección del concreto establecimiento Telepizza desde el que el particular hizo su pedido on-line. No obstante, la reclamada ha



supuesto que ese pedido se realizó en Cádiz, de conformidad con los datos aportados por el particular en su reclamación. En segundo lugar, la reclamada señala que el particular no ha aportado prueba que acredite los hechos que alega. Finalmente, la reclamada defiende que la publicidad controvertida no es engañosa, pues se corresponde con la realidad y para sustentar su conclusión adjunta las listas de precios de venta al público de las pizzas medianas en los tres establecimientos de Cádiz así como una simulación de la realización de un pedido de pizza mediana a través de su página web, al que se le aplica la oferta 2x1.

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 reclamada a la luz del principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (**en lo sucesivo, el “Código de Autocontrol”**).

Esta norma dispone lo siguiente: *“1. La publicidad no deberá ser engañosa. 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: (...) e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio”*.

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado el presente procedimiento parece considerar engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta induce a error sobre el precio de la oferta 2x1, pues da a entender que se ofrece una segunda pizza gratuita cuando en verdad lo que sucede es que la reclamada dobla el precio al que habitualmente ofrece la pizza.

3.- Ante estas afirmaciones, lo primero que debe señalarse es que el particular reclamante ha aportado a este procedimiento prueba que acredita la existencia de la publicidad reclamada. Sin embargo, no ha aportado prueba alguna que demuestre que, efectivamente, cuando el cliente selecciona una pizza, la reclamada procede a doblar su precio habitual (como si de dos pizzas se tratase). Por el contrario, la reclamante, ha aportado prueba de la veracidad de la oferta. Así, por un lado ha acreditado que los precios de venta al público de las pizzas medianas en los tres establecimientos de Cádiz es de 18,95 euros y, de otro lado, ha probado, mediante una simulación de compra de dos pizzas medianas, que efectivamente se le aplica la oferta 2x1 sin alterar en nada el precio que originalmente tenían las pizzas individualmente consideradas.

4.- Así las cosas, las alegaciones y pruebas obrantes en el expediente, analizadas en su conjunto, permiten afirmar que la publicidad objeto del presente procedimiento es cierta y veraz, pues ha quedado acreditado que la oferta 2x1 en ella contenida se aplica sin que se modifique el precio que originalmente tenían las pizzas medianas individualmente consideradas.

Por consiguiente, la publicidad reclamada no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol.



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 Telepizza S.A.U.