



Resolución del 11 de abril de 2019 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Auto Europe Deutschland GmbH. La Sección consideró que la publicidad debería ser considerada incompatible con la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen resolución:  
**Particular vs. Auto Europe Deutschland GmbH**  
**“Alquiler de coches baratos 2 euros al día. Internet”.**

Resolución del 11 de abril de 2019 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Auto Europe Deutschland GmbH.

La reclamación se dirige contra una publicidad en Internet en la que se promueve el alquiler de vehículos. En la parte superior se afirma con letras mayúsculas *“Alquiler de coches baratos 2 €/día con Auto Europe”*, y debajo de ella y con letra de menor tamaño la siguiente alegación: *“Alquiler de coches baratos. Elige confort, flexibilidad y precios baratos con Auto Europe. Alquiler de coches desde 2 €/día. Reserva ya con Auto Europe”*.

La Sección consideró que la publicidad reclamada podría resultar engañosa e incompatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) dado que ofrecía la posibilidad de alquilar un coche desde 2 euros al día, mensaje que sin embargo no pudo ser acreditado por la reclamada, quien no aportó prueba alguna que probara que dicho precio de partida se cumpliera en un número de casos que no pudiese ser considerado puramente marginal.



Texto completo de la resolución  
**Particular vs. Auto Europe Deutschland GmbH**  
**“Alquiler de coches baratos 2 euros al día. Internet”.**

En Madrid, a 11 de abril de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. M<sup>a</sup>. José Morillas Jarillo para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Auto Europe Deutschland GmbH, emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

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

1.- El pasado 27 de marzo de 2019, una particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Auto Europe Deutschland GmbH.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida a través de la página web de empresa Auto Europe Deutschland GmbH y en la que se ofertan coches en alquiler. En la parte superior se afirma con letras mayúsculas “*Alquiler de coches baratos 2 €/día con Auto Europe*”, y debajo de ella y con letra de menor tamaño la siguiente alegación: “*Alquiler de coches baratos. Elige confort, flexibilidad y precios baratos con Auto Europe. Alquiler de coches desde 2 €/día. Reserva ya con Auto Europe*”.

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

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular reclamante considera que la Publicidad Reclamada es engañosa pues, según sostiene, aunque la reclamada ofrece coches en alquiler “desde 2 €” al día, él realizó diversas búsquedas en la página web de esta última, y no logró encontrar ningún coche en alquiler a ese precio y el coche más barato que él pudo encontrar tenía un precio de alquiler de 26.32€ al día.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Auto Europe Deutschland GmbH, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la publicidad no es engañosa por las siguientes razones.



En primer término, su equipo de marketing publicita el precio de alquiler de coches más bajo disponible en su sistema, que en el caso de coches a recoger en la semana que abarca del 16 al 23 de abril es desde 4€ al día, y que actualmente pueden encontrarse coches a ese precio para la citada semana.

En segundo término, el precio más barato indicado no menciona una ciudad/destino específico, por lo que, dependiendo del destino, ese precio puede variar.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad objeto la presente resolución 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 reclamante considera que la Publicidad Reclamada es engañosa, debido a que ésta puede inducir a error sobre la existencia o disponibilidad de la oferta que en ella se promueve; esto es: alquiler de coches “desde 2 €” al día.

3.- Este Jurado ha tenido ocasión de pronunciarse sobre el modo en que el consumidor medio destinatario de la publicidad percibe las alegaciones del tipo “desde xxx euros”. En particular, y conforme a la doctrina de este Jurado, que reiteramos de nuevo, un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz no interpreta este tipo de menciones como un precio fijo que se cumplirá en todo caso, sino como el umbral mínimo de precios a partir del cual estará disponible el objeto o servicio promocionado.

Por consiguiente, dichas menciones deberán ser consideradas veraces cuando haya resultado acreditado que el precio de partida indicado en la publicidad se ha cumplido en un número de casos que no pueda ser considerado puramente anecdótico o marginal.

Por lo demás, la prueba de que el precio de partida indicado en la publicidad se cumple en un número de casos que no pueda ser considerado puramente anecdótico o marginal debe ser aportada por el anunciante. En efecto, de conformidad con lo



dispuesto en la norma 23 del Código de Autocontrol y en plena sintonía con lo dispuesto en la Ley de Enjuiciamiento Civil, la carga de probar la veracidad y exactitud de las alegaciones incluidas en su publicidad corresponde al anunciante.

4.- En el caso que nos ocupa, la publicidad, que ha sido aportada por el particular mediante impresión de la página web en la que la misma aparece, transmite un mensaje claro según el cual se ofrecen coches en alquiler “desde 2 euros al día”. Así se sigue con meridiana claridad de la alegación *“Alquiler de coches baratos 2 €/día con Auto Europe”*, seguida de la afirmación *“Alquiler de coches baratos. Elige confort, flexibilidad y precios baratos con Auto Europe. Alquiler de coches desde 2 €/ día”*.

5.- En la medida en que la publicidad traslada un mensaje objetivo y verificable sobre la posibilidad de alquilar un coche desde 2 euros al día, corresponde al anunciante –en aplicación de las normas antes transcritas- la carga de probar la veracidad y exactitud de la publicidad y, por tanto, aportar prueba suficiente que acredite que el precio de partida que se indicaba en la publicidad se cumplía en un número de casos que no pudiese ser considerado puramente marginal o anecdótico.

En el caso que nos ocupa, la reclamada ha alegado que para la semana que va del 16 al 23 de abril se promocionaban coches en alquiler desde 4 euros al día, y ha acreditado asimismo que era posible encontrar un coche a ese precio.

Sin embargo, procede recordar que el presente procedimiento no versa sobre una publicidad como la que se difunde en la actualidad, y en la que se ofrecen coches desde 4 euros al día. Por el contrario, versa sobre una publicidad previa en la que la alegación publicitaria era “desde 2 €/ día”.

Pues bien, en relación con esta publicidad previa en la que se ofertaban coches desde 2 euros al día, la reclamada no ha alegado ni aportado prueba alguna que acredite su veracidad y, por tanto, que el precio de partida que se indicaba en ella se cumplía en un número de casos que no pudiese ser considerado puramente marginal. En definitiva, las alegaciones y pruebas que manifiesta y aporta la reclamada hacen referencia a una publicidad distinta de la que es objeto de reclamación, toda vez que en esta última se indicaba que se ofertaban coches en alquiler desde 2 euros al día, y no desde 4 euros al día, como se indica en la publicidad cuya veracidad la reclamada acredita.

En estas circunstancias, el Jurado debe concluir que la Publicidad Reclamada resulta incompatible con la norma 14 del Código de Autocontrol.

Por las razones expuestas, la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol



## **ACUERDA**

**1º.-** Estimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Auto Europe Deutschland GmbH.

**2º.-** Declarar que la Publicidad Reclamada infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

**3º.-** Solicitar al anunciante el cese de la Publicidad Reclamada