

Resolución de 31 de octubre de 2019 de la Sección Séptima del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L. 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. Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L.
“2 gafas de marca cristales incluidos 99,50 euros. Exterior”

Resolución de 31 de octubre de 2019 de la Sección Séptima del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L.

La reclamación se formuló contra una publicidad estática y, en particular, un cartel o marquesina, difundida por la empresa Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L. en la que se promovían gafas comercializadas por esta última y en la que se hallaba inserta la siguiente alegación: “*2 gafas de marca cristales incluidos 99,50 €*”.

El Jurado concluyó que la publicidad reclamada no infringía lo dispuesto en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) al haber quedado acreditado que en ella se advertía de forma clara y perfectamente legible y comprensible que la oferta que se promovía (dos gafas por un precio de 99,50 euros) se aplicaba exclusivamente a “*lentes básicas, blancas y sin ningún tratamiento*”. En este sentido, el Jurado indicó que dicha advertencia permitía que un consumidor medio entendiese que la promoción que ofrecía la Publicidad no resultaba aplicable a las gafas con lentes progresivas, que por sus propias características no pueden calificarse de “básicas” y carentes de tratamiento.

Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L.
“2 gafas de marca cristales incluidos 99,50 euros. Exterior”

En Madrid, a 31 de octubre de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L., emite la siguiente

RESOLUCION

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 18 de octubre de 2019, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad estática y, en particular, un cartel o marquesina, difundida por la empresa Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L. en la que se promueven gafas comercializadas por esta última y en la que se halla inserta la siguiente alegación: “2 gafas de marca cristales incluidos 99,50 €”.

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 por razón de que, según alega, omite que la oferta en ella promovida no se aplica a las gafas con cristales progresivos.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él mantiene que la Publicidad no es engañosa por las siguientes razones:

En primer término, en la Publicidad se indica claramente que la promoción ofrecida se aplica solamente a lentes básicas, blancas y sin ningún tratamiento, lo cual excluye a las lentes progresivas, puesto que las lentes “básicas” son, por definición monofocales y, además, las lentes progresivas precisan de un tratamiento particularizado.

En segundo término, la Publicidad señala también que la promoción está condicionada a las cantidades que se encuentren en stock de un determinado proveedor, lo cual advierte que las lentes progresivas no están incluidas, puesto que éstas han de personalizarse para cada consumidor y nunca pueden estar en stock.

Finalmente, la reclamada sostiene que en todo caso, la Publicidad no es susceptible de afectar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio, pues se trata de un producto sanitario que precisa de un proceso de compra reflexivo.

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, el “Código de Autocontrol”**) a tenor del cual:

“1. Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. 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, en el caso que nos ocupa, el particular reclamante parece considerar engañosa la Publicidad reclamada porque omite que la promoción que contiene (consistente en la posibilidad de obtener “2 gafas de marca cristales incluidos 99,50 €”) no se aplica a las gafas con lentes progresivas.

3.- No obstante, este Jurado ha podido comprobar que la publicidad advierte de forma clara y perfectamente legible y comprensible que la oferta que en ella se promueve (dos gafas por un precio de 99,50 euros) se aplica exclusivamente a “lentes básicas, blancas y sin ningún tratamiento”.

Esta advertencia permite que el consumidor medio entienda que la promoción que ofrece la Publicidad no resulta aplicable a las gafas con lentes progresivas, que por sus propias características no pueden calificarse de “básicas” y carentes de tratamiento.

4.- En estas circunstancias, y teniendo en cuenta que la Publicidad reclamada advierte que la oferta promovida se aplica sólo a lentes básicas, blancas y sin ningún tratamiento, este Jurado ha de concluir que la Publicidad reclamada no es engañosa.

En consecuencia, el Jurado debe concluir que la Publicidad reclamada no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Grupo Opticalia-Sun Planet, S.L.
