



Resolución de 17 de octubre de 2018 de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A. La Sección estimó parcialmente la reclamación declarando que la publicidad infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Volkswagen Group España Distribución S.A.
“Skoda Karoq 4 años de mantenimiento. Internet”

Resolución de 17 de octubre de 2018 de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en internet en la que se ofertaba el coche Skoda Karoq y afirmaba que las 600 primeras unidades de ese modelo que se vendan en España dispondrán de 4 años de mantenimiento gratis.

El Jurado advirtió que en la publicidad reclamada no se ofrecían 4 años de garantía gratuita en las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendieran en España, sino que sólo se ofrecían 4 años de mantenimiento gratuito. Sin embargo, concluyó que la publicidad resultaba engañosa en la medida en que no desvelaba en ningún momento que dicha oferta estaba condicionada a la previa financiación del vehículo con Volkswagen Finance. En tales circunstancias, el Jurado estimó parcialmente la reclamación considerando que existía infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.



Texto Completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Volkswagen Group España Distribución S.A.
“Skoda Karoq 4 años de mantenimiento. Internet”

En Madrid, a 17 de octubre de 2018, reunida la Sección Segunda del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Julio Costas Comesaña para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 2 de octubre de 2018, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la que se promueve el modelo de coche Skoda Karoq. En ella se indica que las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España dispondrán de 4 años de mantenimiento gratis y faros Fullled para los modelos Ambition o el sistema VarioFlex y los asientos con acabadotela-cuero en el caso del acabado Style.

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 sostiene, en ella se afirma que las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España dispondrán de 4 años de garantía y mantenimiento gratis y, sin embargo, a él, pese a estar dentro de esas bases, sólo le concedieron la garantía, y ello tras muchos correos.

Por todo ello, el particular solicita al Jurado que ordene la modificación de la Publicidad Reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo en el que defiende que la publicidad reclamada no es engañosa. En particular, la reclamada sostiene, en primer lugar, que de los distintos elementos aportados por el particular reclamante, sólo el anuncio tiene naturaleza publicitaria, siendo las demás noticias de prensa y similares. En segundo lugar, y por lo que se refiere al anuncio aportado por el particular reclamante, la reclamada mantiene que ese no es el anuncio original, pues en el que realmente lo es consta expresamente que los 4 años de mantenimiento gratuito se ofertan a unidades financiadas con Volkswagen Finance hasta el 31 de diciembre.



Por todo ello, Volkswagen Group España Distribución, S.A., solicita del Jurado la desestimación de la reclamación.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Antes de proceder al examen del fondo del asunto, debemos precisar que, para sustentar su reclamación, el particular ha aportado al presente procedimiento varios elementos que califica como publicidad. En particular, ha aportado un anuncio, una nota colgada en la sala de comunicación de la página web de Skoda, y distintas noticias publicadas por medios de comunicación como elmundo.es, autopista.es y otros.

Este Jurado, sin embargo, no puede entrar a examinar estas últimas. En efecto, no cabe ignorar que el Código de Autocontrol extiende su aplicación a *“toda actividad de comunicación publicitaria tendente a fomentar, de manera directa o indirecta y sean cuales fueran los medios empleados, la contratación de bienes o servicios, o el potenciamiento de marcas y nombres comerciales”*. En idéntico sentido, el artículo 2 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (en adelante LGP) define la publicidad como *“toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones”*. Por su parte, y partiendo del hecho de que se trata de un mensaje difundido en una página web de la reclamada, el anexo f) de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico define la comunicación comercial como *“toda forma de comunicación dirigida a la promoción, directa o indirecta, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional”*.

Así pues, tomando como base los mencionados preceptos, hay que concluir, con la reclamada, que las noticias de prensa aportadas por el reclamante no pueden calificarse de publicidad y, por tanto, su análisis queda fuera de las competencias de este Jurado.

No sucede lo mismo, en cambio, con el anuncio aportado por el reclamante (cuya naturaleza publicitaria no se ha puesto en duda) y con la nota difundida en la sala de comunicación de la página web de Skoda. En relación con esta última, estamos en presencia de una comunicación procedente de la propia reclamada en la que, además de divulgar el inicio del proceso de comercialización de un nuevo vehículo, se incide de manera notable en todas sus ventajas y características, al tiempo que se difunde una oferta promocional vinculada a la adquisición del mismo. Así pues, es obvio que se trata de una comunicación tendente a fomentar de forma directa la contratación de los concretos vehículos promocionados y a potenciar la marca de los mismos, por lo que su naturaleza publicitaria y su sumisión al ámbito de aplicación del Código es indiscutible.



En consecuencia, el examen que a continuación realizará este Jurado se centrará en el anuncio y en la nota divulgada en la sala de comunicación de Skoda.

2.- Una vez aclarado lo anterior, en atención a los antecedentes de hecho 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”**) a cuyo tenor:

“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, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio. c) La asistencia posventa al cliente y el tratamiento de las reclamaciones” (...) 14.2.- Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omite información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión sobre su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa, y que por esta razón pueda distorsionar de forma significativa su comportamiento económico”.

En particular este Jurado ha de determinar si el anuncio y la nota publicada en la sala de comunicación de Skoda aportados por el reclamante infringen o no tal precepto en la medida en que, según alega el reclamante, en ellos se indica que las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España dispondrán de 4 años de garantía y mantenimiento gratis y, sin embargo, a él, pese a estar dentro de esas bases, sólo le concedieron la garantía.

3.- A este respecto, esta Sección debe hacer constar, en primer término, que en la publicidad que ha sido aportada al presente procedimiento no se ofrecen 4 años de garantía gratuita en las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España, sino que sólo se ofrecen 4 años de mantenimiento gratuito.

Sin embargo, es cierto que, en relación con estos cuatro años de mantenimiento gratuito, en la publicidad que nos ocupa no se advierte en ningún momento que dicha oferta promocional está condicionada a la previa financiación del vehículo con Volkswagen Finance.

4.- A juicio de esta Sección, la omisión inicial de cualquier advertencia en la propia publicidad sobre el hecho de que la oferta promocionada es válida únicamente para coches financiados con Volkswagen Finance hasta el 31 de diciembre resulta incompatible con la norma 14 del Código de Autocontrol. En efecto, teniendo en cuenta que la información omitida es esencial y, por ello, apta para alterar la percepción que el consumidor tiene del alcance de la oferta y, en particular, de las condiciones de acceso a la misma, esta Sección ha de concluir que la publicidad



reclamada es apta para provocar una expectativa errónea al consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. En particular, la publicidad es apta para transmitir a sus destinatarios el mensaje según el cual la oferta (4 años de mantenimiento de regalo) está disponible para las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España sin ninguna restricción ni condición ulterior, cuando ello no se corresponde con la realidad.

5.- Frente a esta conclusión, no cabe alegar, como lo hace la reclamada, que el anuncio aportado por el particular reclamante no es el original y que en el que realmente lo es se hace constar expresamente que los 4 años de mantenimiento gratuito se ofertan a unidades financiadas con Volkswagen Finance hasta el 31 de diciembre. Por un lado, porque -como ya se ha dicho- forman parte del objeto del presente procedimiento no sólo el anuncio aportado por el particular reclamante, sino también la nota divulgada en la sala de comunicación de la página web de Skoda, sobre cuya indudable naturaleza publicitaria ya nos hemos pronunciado, y en la que ninguna advertencia se hace tampoco a la necesidad de financiar el vehículo con Volkswagen Finance para acceder a la promoción.

Por otro lado, es cierto que, para justificar sus alegaciones, la reclamada aporta al procedimiento otro anuncio en el que sí consta dicha condición o limitación. Mas no es menos cierto que este nuevo anuncio que la reclamada aporta en su escrito de contestación no tiene nada que ver (ni en texto ni en imagen) con el aportado por el particular y sobre el cual debe pronunciarse este Jurado. Por tanto, resulta irrelevante a efectos de este procedimiento.

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

ACUERDA

1.- Estimar parcialmente la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A.

2º.- Declarar que el anuncio y la nota divulgada en la sala de comunicación de la página web de Skoda infringen la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

3º.- Instar al anunciante la rectificación de la mencionada publicidad.

4º.- Imponer a la mercantil Volkswagen Group España Distribución, S.A. el pago de la mitad de los gastos generados por la tramitación del presente procedimiento, de conformidad con las tarifas oficiales aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.