



Resolución de 14 de noviembre de 2019, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación de un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Tendam Retail, S.A. (Cortefiel). El Jurado declaró que la publicidad reclamada no resultaba contraria a las normas 3.3 y 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Tendam Retail, S.A. (Cortefiel)
“-25% En Toda La Colección. Web y Cartel”

Resolución de 14 de noviembre 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 Tendam Retail, S.A. (Cortefiel).

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en carteles ubicados en los escaparates de los establecimientos de la reclamada, así como en su página web donde se promueven prendas comercializadas por ella. En la publicidad se incluían las siguientes alegaciones: “*y además tú tienes... -25% en toda la colección (...)*” en los carteles y “*-25% en todo*” en la página web. Estas alegaciones iban acompañadas de sendos mensajes en letra más pequeña al pie de la publicidad, en los que se afirmaba respectivamente lo siguiente: “*Promoción 25% de descuento en artículos seleccionados de la colección otoño invierno 2019-2020*”, y “*25% en una selección*”.

El Jurado concluyó que la publicidad reclamada resultaba contraria a las normas 3.3 y 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en la medida en que en la parte captatoria de la publicidad reclamada se transmitía un mensaje inequívoco del cual se desprendía que el descuento promocionado estaría disponible para toda la colección, durante el periodo promocional, sin ningún tipo de restricción, mientras que los mensajes incluidos en la parte menos destacada de la misma, que podían pasar desapercibidos por su ubicación y reducido tamaño, contradecían dicha información al limitar el descuento promocionado sólo a prendas seleccionadas de la colección.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Tendam Retail, S.A. (Cortefiel)
“-25% En Toda La Colección. Web y Cartel”

En Madrid, a 14 de noviembre de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. María 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 Tendam Retail, S.A. (Cortefiel), emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 4 de noviembre de 2019, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Tendam Retail S.A. (Cortefiel).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en carteles ubicados en los escaparates de sus establecimientos y la página web de la empresa reclamada en la que se promueven prendas comercializadas por ella. En la publicidad se incluyen las siguientes alegaciones: “y además tú tienes... -25% en toda la colección (...)” en los carteles y “-25% en todo” en la página web. Estas alegaciones van acompañadas de sendos mensajes en letra más pequeña al pie de la publicidad, mensajes en los que se afirma respectivamente lo siguiente: “Promoción 25% de descuento en artículos seleccionados de la colección otoño invierno 2019-2020”, y “25% en una selección”.

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. La razón esgrimida por el particular para sustentar su conclusión radica en que no indica en su mensaje principal que la oferta está sujeta a alguna restricción y, en particular, que sólo se aplica a artículos seleccionados de la colección otoño/invierno del 2019/2010, extremo que se advierte sólo, y en letra de escaso tamaño, en la parte final de la publicidad.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Tendam Retail S.A. (Cortefiel), ésta ha presentado escrito de contestación. En él mantiene que la publicidad no es engañosa, puesto que ésta indica, en letra de menor tamaño, pero perfectamente legible y destacada en negrita, que la oferta promovida sólo se aplica a determinadas prendas seleccionadas de la colección otoño/invierno 2019/2020.

II.- Fundamentos deontológicos.



1.- A la luz de los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la Publicidad Reclamada -en primer término- 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**”).

Este precepto dispone lo siguiente: *“1. Las comunicaciones comerciales 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 puede inducir a error sobre la disponibilidad y alcance de la oferta promocionada y, en particular, sobre si ésta es válida para cualquier prenda de la colección ofrecida por la reclamada, desde el 14 de octubre al 3 de noviembre de 2019.

3.- Esta Sección debe hacer constar que la parte principal de la publicidad objeto de este procedimiento traslada un claro mensaje, según el cual el 25% de descuento se aplica “en toda la colección” o “en todo”, tal y como se desprende de las alegaciones destacadas en la publicidad “y además tú tienes... -25% en toda la colección” y “-25% en todo”.

En consecuencia, la parte principal de la publicidad traslada de manera clara e inequívoca el mensaje según el cual la oferta promovida (un 25% de descuento) está disponible sin restricciones, durante el periodo promocional, para toda la colección.

4.- Sin embargo, en mensajes mucho menos destacados (pues figuran en un tamaño de letra pequeño y al pie de la publicidad) se advierte a los destinatarios que el descuento promocionado está disponible únicamente en artículos seleccionados.

Esta forma de configurar la publicidad, a nuestro juicio, debe ser considerada incompatible con la norma 14 del Código de Autocontrol.

En primer lugar, porque dada la ubicación donde se ubica la advertencia (en la parte final de la publicidad) y el reducido tamaño de la letra que se emplea para la misma, puede perfectamente pasar desapercibida al consumidor medio.

En segundo lugar y, en todo caso, porque es doctrina constante de este Jurado que la parte de la publicidad que aparece de un modo destacado en la misma no puede verse limitada de forma relevante o significativamente contradicha por otros mensajes menos destacados que impiden que el consumidor pueda comprender adecuadamente el contenido y el alcance real de la oferta. Y esto es precisamente lo que, a juicio de esta Sección, sucede en el caso de la publicidad que analizamos. Como hemos dicho, en la parte principal de la publicidad que nos ocupa se indica que la oferta (25 % de descuento) se aplica a toda la colección o en todo. Y a través de un mensaje mucho menos destacado y que puede pasar fácilmente desapercibido (en la medida en que se halla ubicado en parte inferior de la publicidad en letra de tamaño



pequeño) se incluyen advertencias que contradicen abiertamente el mensaje principal, informando que la oferta promovida -en contra de lo que se afirma en el mensaje principal- no es válida para “toda la colección” o “en todo”, sino que sólo es válida para ciertas prendas seleccionadas de la colección. Por tanto, parece claro que la Publicidad Reclamada puede fácilmente inducir a error a los consumidores, que atendiendo a la parte principal de la publicidad pueden concluir que la oferta es de alcance general y, por tanto, válida para toda la colección, ignorando o prestando menos atención a la advertencia que se incluye en una parte bastante menos destacada y ubicada en la parte inferior de la publicidad según la cual la oferta sólo es aplicable a ciertas prendas seleccionadas por la anunciante y, por demás, desconocidas por el consumidor.

En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la publicidad es incompatible con la norma 14 del Código de Autocontrol.

5.- Por lo demás, la específica configuración de la publicidad que nos ocupa obliga a analizarla también a la luz de la norma 3.3 del Código de Autocontrol. Establece esta norma lo siguiente: *“En todo caso, cuando una comunicación comercial contenga un mensaje claramente destacado en el sentido del párrafo anterior, el anunciante deberá adoptar las medidas necesarias para que las restantes partes del anuncio sean claramente comprensibles y no introduzcan ni modificaciones ni limitaciones relevantes del mensaje principal”*.

En el caso que nos ocupa, la publicidad contiene dos alegaciones claramente destacadas: *“y además tú tienes... -25% en toda la colección”* y *“-25% en todo”*. Sin embargo, conforme a lo expuesto, estas alegaciones se ven, no sólo limitadas de forma relevante, sino incluso contradichas por los mensajes que se incluyen en la publicidad de forma menos destacada, según los cuales el descuento promocionado sólo se aplica en prendas seleccionadas de la colección.

Por consiguiente, es obligado concluir que la Publicidad Reclamada resulta también incompatible con la norma 3.3 del Código de Autocontrol.

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

ACUERDA

1.- Estimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Tendam Retail, S.A. (Cortefiel).

2º.- Declarar que la Publicidad Reclamada infringe las normas 3.3 y 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

3º.- Instar a la reclamada la rectificación de la publicidad objeto del presente procedimiento.