

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN



Solicitante	Particular
Responsable de la publicidad	Just Eat Spain, S.L.
Título	¿Necesitas un poco de ánimo? Internet
Nº de asunto	45/R/MARZO/2020
Fase del proceso	Primera instancia - Sección Séptima
Fecha	30 de abril de 2020

Resolución de 30 de abril de 2020, de la Sección Séptima 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 Just Eat Spain, S.L. El Jurado desestimó la reclamación, declarando que la publicidad reclamada resultaba compatible con el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online y con la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

## RESUMEN

Resolución de 30 de abril de 2020, de la Sección Séptima 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 Just Eat Spain, S.L.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida por correo electrónico por la empresa Just Eat Spain, S.L., en la que se promovía el servicio de comida a domicilio prestado por la empresa reclamada, y en el que se insertaban las siguientes alegaciones: *“Mar, ¿necesitas un poco de ánimo? (...). Pedir comida es la respuesta. Mar, ¿quién quiere cocinar después de un día duro? (...).”*

El reclamante consideró que, a su juicio, la publicidad adolecía de falta de ética por apelar a la comida para levantar el ánimo.

El Jurado concluyó que la publicidad reclamada no resultaba contraria a la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, y por lo tanto era compatible con el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online, en la medida en que la misma no contenía ninguna alegación o imagen que pudiera ser percibida, a juicio de la Sección, por el público de los consumidores como ofensiva o insultante.

En Madrid, a 30 de abril de 2020, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>ña</sup>. María José Morillas Jarillo, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Just Eat Spain, S.L., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 9 de marzo de 2020, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Just Eat Spain, S.L.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por correo electrónico por la empresa Just Eat Spain, S.L. en la que se promueven servicios de restauración y, en particular, su servicio de comida a domicilio. En ella se hallan insertas las siguientes alegaciones: *“Mar, ¿necesitas un poco de ánimo? (...). Pedir comida es la respuesta. Mar, ¿quién quiere cocinar después de un día duro? (...)”*.
3. Según expone en su escrito de reclamación, la particular considera que la publicidad reclamada es ilícita porque, a su entender, apelar a la comida para levantar el ánimo es una falta de ética.
4. Trasladada la reclamación a la empresa Just Eat, S.L., ésta, pese a encontrarse adherida a Confianza Online, no ha presentado escrito de contestación.

#### II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho expuestos y al tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz del artículo 3 del Código Ético de Confianza Online, según el cual, *“La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia de las empresas adheridas a este Código, deberá ser conforme a la ley aplicable y al Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol, además de ser leal, honesta y veraz, en los términos en que estos principios han sido desarrollados por el Código de Práctica Publicitaria de la Cámara de Comercio Internacional”*.
2. En este sentido, debe tenerse en cuenta la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el **“Código de Autocontrol”**) la cual dispone que: *“1. Las comunicaciones comerciales no deberán incluir contenidos que atenten contra los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres”*.
3. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, la particular que ha instado el presente procedimiento considera que la publicidad es contraria a la ética por razón de que en ella se apela a la comida para levantar el ánimo.

4. Esta Sección –y desde el máximo respeto a la opinión del particular- no puede compartir esta alegación que acabamos de exponer. En efecto, uno de los servicios que presta la empresa anunciante es precisamente ofrecer comida a domicilio. A juicio de este Jurado está, pues, justificado, y así lo entenderá un consumidor medio, que la publicidad promueva ese servicio vinculándolo a un aspecto positivo, en este caso, levantar algo el ánimo de las personas y no necesariamente por el hecho de comer, sino por el de no tener que cocinar para preparar la comida después de un día duro. Que ello sea o no acertado, no es cuestión que a este Jurado le compete dilucidar. Lo único relevante es que la publicidad no contiene ninguna alegación o imagen que pueda ser percibida por el público de los consumidores como ofensiva o insultante, pues solamente traslada el mensaje según el cual los servicios promovidos pueden contribuir, a juicio de la anunciante, a confortar al público destinatario, lo cual, por demás, para algunas personas puede ser cierto.
5. En consecuencia, ha de concluirse que, en el caso que nos ocupa, la publicidad no resulta incompatible con la norma 8 del Código de Autocontrol ni con el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

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

#### ACUERDA

1. Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Just Eat Spain, S.L.