

# JURADO DE LA PUBLICIDAD



## RESOLUCIÓN

<b>Solicitante</b>	Particular
<b>Responsable de la publicidad</b>	Laboratorios Byly, S.A.
<b>Título</b>	Promoción Gama Bio. Internet
<b>Nº de asunto</b>	72/R/ABRIL/2020
<b>Fase del proceso</b>	Instancia
<b>Fecha</b>	8 de mayo de 2020

Resolución de 8 de mayo de 2020 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Laboratorios Byly, S.A. La Sección desestima la reclamación entendiendo que la publicidad objeto de examen no resulta incompatible con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL (principio de veracidad).

## RESUMEN

Resolución de 8 de mayo 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 Laboratorios Byly, S.A.

La reclamación se formuló frente a una publicidad difundida en la página web de la empresa Laboratorios Byly, S.A. En la publicidad reclamada se realizaba una promoción consistente en ofrecer el reembolso del precio del producto promovido en caso de que el usuario cumpliera con las condiciones legales que se establecían al efecto, entre ellas, cumplimentar un formulario que la anunciante ponía a disposición de los usuarios.

El Jurado determinó que no existía infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) al quedar demostrado que la reclamante incumplió la condición, prevista en las bases de la promoción, de realizar una única participación por persona. En la medida en que la publicidad, objeto del procedimiento, incluía un mensaje claro e inequívoco según el cual se ofrece el reembolso del producto si el cliente satisfacía las condiciones de las bases de la promoción, no se entendió que la misma indujera a engaño.

En Madrid, a 8 de mayo de 2020, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Laboratorios Byly, S.A., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 23 de abril de 2020, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Laboratorios Byly, S.A.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web de la empresa Laboratorios Byly, S.A en la que se realiza una promoción consistente en ofrecer el reembolso del precio del producto en ella promovido en caso de cumplir, el usuario, con las condiciones legales que se establecen al efecto.

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, la particular considera que la Publicidad reclamada es engañosa pues, según sostiene, en ella se ofrece el reembolso del precio del producto promocionado si el usuario satisface todas las condiciones establecidas en las bases de la promoción, entre ellas cumplimentar un formulario que la anunciante pone a disposición al efecto y, sin embargo, a ella no se le reembolsaron pese haber cumplido esas condiciones y haber completado el formulario.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él alega que la publicidad no es engañosa, pues la anunciante no procedió a reembolsar el precio del producto adquirido por la particular, por razón de que ésta incumplió las bases legales disponibles en la web [www.gamabio.es](http://www.gamabio.es) en fecha 1/6/2019. En particular, prosigue la reclamada, la promoción establecía que las participaciones debían realizarse por el propio participante, entendiéndose así la limitación de una única participación por persona. Y, sin embargo, la particular presentó dos tickets de compra adicionales y diferentes -esto es, un total de tres tickets de compra- bajo la identidad de dos personas distintas con correos electrónicos distintos aportando en cada una de dichas participaciones un ticket de compra que, pese a ser independientes cada una de ellas, fueron realizadas con la misma tarjeta regalo.

#### II. Fundamentos deontológicos.

1. 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. 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, la particular que ha instado el presente procedimiento considera que la publicidad induce a error sobre las condiciones de acceso a la promoción que en ella se realiza consistente en ofrecer el reembolso del producto adquirido, pues ella cumplió todas esas condiciones establecidas en las bases legales y, sin embargo, la anunciante no se le reembolsó.
3. Esta Sección debe hacer constar que la publicidad objeto de este procedimiento incluye un mensaje claro e inequívoco según el cual se ofrece el reembolso del producto en ella promovido si el cliente satisface las condiciones que se establecen en las bases de la promoción. Y no existe en el expediente elemento alguno que permita poner en duda la veracidad ni de la existencia ni de las condiciones de la promoción. Antes bien, la existencia de la promoción ha resultado debidamente acreditada.
4. Y frente a esta conclusión no cabe acoger las alegaciones de la reclamante en las que afirma que la anunciante incumplió la promoción en su caso concreto al no proceder a reembolsarle el precio del producto promovido tal y como se indicaba en ella. Y ello, debido a que ha resultado debidamente acreditado en este procedimiento que, en su caso concreto, la particular reclamante incumplía las bases legales de la promoción. En particular, ha quedado acreditado que la reclamante incumplió la condición de realizar una única participación por persona, pues la particular presentó dos tickets de compra adicionales bajo la identidad de dos personas distintas con correos electrónicos diferentes aportando en cada una de esas participaciones un ticket de compra que, pese a ser independientes, fueron realizadas con la misma tarjeta regalo.
5. En consecuencia, ha de concluirse que en el caso que nos ocupa la publicidad no resulta incompatible con 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 una publicidad de la que es responsable la empresa Laboratorios Byly, S.A.