

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Particular
Reclamado	Apple Retail Spain S.L.
Título	Iphone XS hasta 2 metros de profundidad durante 30 min Web. Internet
Nº de asunto	114/R/JULIO 2020
Fase del proceso	Primera instancia – Sección Séptima
Fecha	23 de julio de 2020

Resolución del 23 de julio de 2020 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Apple Retail Spain S.L. La Sección consideró que la publicidad no era incompatible con la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

RESUMEN

Resolución del 23 de julio de 2020 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Apple Retail Spain S.L.

La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web de la empresa Apple Retail Spain S.L. en la que se promociona un teléfono móvil. En ella se halla inserta, entre otras imágenes, la de una mano sumergiendo un móvil en el agua y, en la descripción de las características del producto promovido, entre otras, la siguiente alegación: *“El iPhone XS, iPhone XS Max y iPhone 11 tienen una calificación IP68 según la norma IEC 60529 (hasta 2 metros de profundidad durante un máximo de 30 minutos). El iPhone 7, iPhone 7 Plus, iPhone 8, iPhone 8 Plus, iPhone X, iPhone XR y iPhone SE tienen una calificación IP67 según la norma IEC 60529 (hasta 1 metro de profundidad durante un máximo de 30 minutos). La resistencia a las salpicaduras, el agua y el polvo no es permanente y puede disminuir como consecuencia del uso. No intentes cargar el iPhone si está mojado. Consulta el manual del usuario antes de limpiarlo o secarlo. La garantía no cubre los daños producidos por líquidos”.*

La Sección consideró que la publicidad reclamada no inducía a error sobre las características del producto, en la medida en que contenía dos mensajes (i) que el producto promovido cumple con una calificación de IP68 según la norma IEC 60529 (hasta 2 metros de profundidad durante un máximo de 30 minutos) (ii) y que la garantía no cubre los daños causados por líquidos, mensajes cuya veracidad y exactitud no fueron discutidas en el procedimiento. La cuestión consistente en determinar si la garantía debería o no cubrir los líquidos era una cuestión puramente contractual

ajena a las competencias del Jurado. Por lo tanto, no existía en el expediente elemento alguno que permitiera afirmar la incompatibilidad de la publicidad con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (publicidad engañosa).

TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 23 de julio 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 Apple Retail Spain S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 6 de julio, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Apple Retail Spain S.L
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web de la empresa Apple Retail Spain S.L. en la que se promociona un teléfono móvil. En ella se halla inserta, entre otras imágenes, la de una mano sumergiendo un móvil en el agua y, en la descripción de las características del producto promovido, entre otras, la siguiente alegación: *“El iPhone XS, iPhone XS Max y iPhone 11 tienen una calificación IP68 según la norma IEC 60529 (hasta 2 metros de profundidad durante un máximo de 30 minutos). El iPhone 7, iPhone 7 Plus, iPhone 8, iPhone 8 Plus, iPhone X, iPhone XR y iPhone SE tienen una calificación IP67 según la norma IEC 60529 (hasta 1 metro de profundidad durante un máximo de 30 minutos). La resistencia a las salpicaduras, el agua y el polvo no es permanente y puede disminuir como consecuencia del uso. No intentes cargar el iPhone si está mojado. Consulta el manual del usuario antes de limpiarlo o secarlo. La garantía no cubre los daños producidos por líquidos”*.

En adelante, aludiremos a ella 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 el producto promovido cumple con una calificación de IP68 según la norma IEC 60529 y, por ello, puede sumergirse hasta 2 metros de profundidad durante un máximo de 30 minutos y, sin embargo, indica que la garantía no cubre los daños producidos por líquidos.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la publicidad controvertida no puede estimarse engañosa por dos razones. La primera es que el producto promovido cumple efectivamente con una calificación de IP68 según la norma IEC 60529 (sumergirse hasta 2 metros de profundidad durante un máximo de 30 minutos) tal y como se afirma en la publicidad. Y la segunda razón estriba en que la publicidad advierte claramente que el contacto por líquido no está cubierto por la garantía de

un año.

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: (...) 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”.

2. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular reclamante considera engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta induce a error sobre las características del producto promovido. La razón aducida por el particular para respaldar su parecer estriba en que en ella se afirma que el producto puede sumergirse hasta 2 metros de profundidad durante un máximo de 30 minutos y, sin embargo, la garantía no cubre los daños por líquidos.
3. Esta Sección debe hacer constar que la publicidad objeto de este procedimiento incluye dos mensajes claros e inequívocos; a saber: que el producto promovido cumple con una calificación de IP68 según la norma IEC 60529 (hasta 2 metros de profundidad durante un máximo de 30 minutos); y que la garantía no cubre los daños causados por líquidos.

No se cuestiona en este procedimiento la veracidad de ambos mensajes; lo que el particular defiende es que la publicidad es engañosa por razón de que existe una contradicción entre la alegación contenida en ella según la cual el producto promovido cumple con los requisitos necesarios para tener la calificación de IP68 según la norma IEC 60529 y, por tanto, para poder sumergirse hasta dos metros de profundidad durante 30 minutos y la alegación de acuerdo con la cual la garantía no cubre los daños producidos por líquidos.

A juicio de este Jurado, sin embargo, esa eventual contradicción, en caso de existir, sobre lo que el Jurado como luego veremos no puede pronunciarse, no convierte la publicidad en engañosa. Como se ha dicho y el particular no cuestiona, los dos mensajes que envía la publicidad son exactos y veraces: el producto cumple con una calificación de IP68 según la norma IEC 60529 (de forma que es sumergible hasta 2 metros de profundidad durante un máximo de 30 minutos); y, sin embargo, la garantía no cubre los daños causados por líquidos.

Reiteramos que la veracidad y exactitud de estos mensajes no ha sido discutida en el presente procedimiento. Y siendo ello así, la publicidad no puede considerarse engañosa. Cuestión distinta es la consistente en determinar si la garantía, que no cubre los daños por líquidos tal y como correctamente informa la publicidad, debiera o no cubrirlos. Pero ésta es una cuestión de

naturaleza contractual que resulta ajena a las competencias del Jurado, que se ciñen al análisis de la corrección de la publicidad. Y, dentro de estas competencias, el Jurado –como ya se ha expuesto- sólo puede constatar que, por las razones indicadas, no existe en el expediente elemento alguno que permita afirmar la incompatibilidad de la publicidad con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL.

En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa 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 una publicidad de la que es responsable la empresa Apple Retail Spain S.L