

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Solicitante	Particular
Responsable de la publicidad	ID Finance Spain, S.L.U.
Título	Moneyman 1er préstamo sin intereses, sin comisiones. 300 euros. TV
Nº de asunto	134/R/AGOSTO/2020
Fase del proceso	Primera Instancia – Sección Séptima
Fecha	10 de septiembre de 2020

Resolución de 10 de septiembre 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 ID Finance Spain, S.L.U. La Sección consideró que la publicidad no infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

RESUMEN

Resolución de 10 de septiembre 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 ID Finance Spain, S.L.U.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en televisión en la que aparecía la imagen de un hombre y, en el mensaje principal, la siguiente alegación: *“Moneyman. 1^{er} préstamo sin intereses, sin comisiones. 300 €”*. Por otro lado, en la parte inferior de la pantalla y en letra de menor tamaño se podía leer: *“Promoción válida máximo 300 euros hasta 30 días. Devolución en día de vencimiento. Préstamos sucesivos: Ejemplo TAE. 300 euros a 30 días. Coste préstamo 99 euros. Total a devolver 399 euros. Devolución en día de vencimiento. TIN 396%. TAE 3112,6 %”*.

El particular consideró que la publicidad reclamada era engañosa porque entendía que en la parte principal se ofertaba un préstamo sin intereses cuando, según se desvelaba en la parte inferior de la publicidad, su concesión lleva una serie de gastos que hacían que la TAE fuese superior a 0%.

Sin embargo, el Jurado no compartió dicha interpretación dado que en la publicidad se ofertan dos préstamos con diferentes condiciones. Así, mientras que en la parte principal de la publicidad se alude únicamente a un primer préstamo de 300 euros, el cual no conlleva ningún coste, en la parte menos destacada de la misma se indica que los sucesivos préstamos de 300 euros sí que conllevarían un coste, siendo por lo tanto su TAE superior a cero.

En consecuencia, el Jurado concluyó que la publicidad reclamada no infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

En Madrid, a 10 de septiembre 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 ID Finance Spain, S.L.U., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 24 de agosto de 2020, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa ID Finance Spain, S.L.U. (en adelante **"Moneyman"**).
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en televisión por la empresa Moneyman. En ella aparece la imagen de un hombre y, en el mensaje principal, la siguiente alegación: *"Moneyman. 1^{er} préstamo sin intereses, sin comisiones. 300 €"*. En la parte inferior de la pantalla y en letra de menor tamaño puede leerse la siguiente alegación: *"Promoción válida máximo 300 euros hasta 30 días. Devolución en día de vencimiento. Préstamos sucesivos: Ejemplo TAE. 300 euros a 30 días. Coste préstamo 99 euros. Total a devolver 399 euros. Devolución en día de vencimiento. TIN 396%. TAE 3112,6 %"*.

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 su parte principal se afirma que la anunciante ofrece un préstamo sin intereses cuando ello no es cierto, pues como advierte la propia publicidad en la alegación insertada en su parte inferior, su concesión conlleva una serie de gastos que hacen que el TAE no sea de 0%.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la publicidad no es engañosa, pues en ella se indica de forma clara que la promoción es válida para el primer préstamo, y que son los préstamos sucesivos los que tiene un coste asociado, tal y como se señala en el ejemplo representativo que incluye la publicidad.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad objeto de la presente resolución 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"**).

Esta norma dispone lo siguiente: *"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. (...) 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 considera que la publicidad es engañosa por razón de que induce a error sobre el coste de la financiación promocionada, al trasladar de manera prominente que no tiene intereses de ninguna clase cuando, según el reclamante, según se desvela en otras partes de la misma, ésta tiene un coste.
3. Este Jurado ha examinado detenidamente la publicidad controvertida y no puede compartir la alegación defendida por el particular pues, dicho sea con el máximo respeto, confunde los préstamos a los que hacen respectivamente referencia la parte principal y la menos destacada de la publicidad. En efecto, la parte principal de la publicidad alude al primer préstamo de 300 euros que se solicite y la parte menos destacada lo hace a sucesivos préstamos de 300 euros que se soliciten. Mientras que el primero no tiene asociado coste alguno o, lo que es lo mismo, es gratuito, como se sigue de la alegación “*1^{er} préstamo sin intereses, sin comisiones. 300 euros*”, los sucesivos préstamos sí lo tienen, tal y como advierte la siguiente alegación insertada en la publicidad: “*Préstamos sucesivos: Ejemplo TAE. 300 euros a 30 días. Coste préstamo 99 euros. Total a devolver 399 euros. Devolución en día de vencimiento. TIN 396%. TAE 3112,6 %*”.
4. En estas circunstancias, la Publicidad Reclamada no puede reputarse engañosa y, por ende, contraria a la norma 14 del Código de AUTOCONTROL por la razón aducida por el particular.

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 ID Finance Spain, S.L.U.