

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN

Reclamante	Particular
Reclamado	Ford España, S.L.
Título	Gestión ITV sin coste. Internet
Nº de asunto	203/R/NOVIEMBRE/2020
Fase del proceso	Primera Instancia - Sección Séptima
Fecha	3 de diciembre de 2020

Resolución de 3 de diciembre 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 en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Ford España, S.L. La Sección desestimó la reclamación entendiendo que la publicidad objeto de análisis no infringía la norma 14 del Código de AUTOCONTROL (Principio de veracidad).

RESUMEN

Resolución de 3 de diciembre 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 en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Ford España, S.L.

La reclamación se formula frente a una publicidad difundida en la página web de la reclamada en la que se incluían las alegaciones: *"Gestión ITV sin coste"; "Si tu turismo Ford tiene cuatro años o más debe pasar la ITV. Si es así, ven a Ford y disfruta de tu tiempo, nosotros la pasamos por ti sin coste. Para Talleres Autorizados Ford adheridos al programa; no incluye las tasas correspondientes. Pide tu cita"*.

El particular alegó que la publicidad reclamada resultaba engañosa dado que, cuando llamó para pedir cita, le comunicaron que el servicio ofrecido en la publicidad tiene, sumadas las cifras, un coste de entre 103 y 108 euros (entre 63 a 68 euros por hora de trabajo más 40 euros por conectar el vehículo a una máquina).

La Sección consideró que la publicidad controvertida no podía calificarse de publicidad engañosa en tanto que, el reclamante no ha aportado prueba alguna al expediente para poder afirmar el carácter engañoso de la misma. En consecuencia, el Jurado entendió que la publicidad reclamada no resultaba incompatible con la norma 14 (Principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

En Madrid, a 3 de diciembre de 2020, 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 en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Ford España, S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 16 de noviembre de 2020, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Ford España, S.L.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web de la empresa Ford España S.L. En ella se contienen las siguientes alegaciones: *“Gestión ITV sin coste”; “Si tu turismo Ford tiene cuatro años o más debe pasar la ITV. Si es así, ven a Ford y disfruta de tu tiempo, nosotros la pasamos por ti sin coste. Para Talleres Autorizados Ford adheridos al programa; no incluye las tasas correspondientes. Pide tu cita”*.

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 mantiene, en ella se afirma que la anunciante gestiona la ITV de turismos Ford sin coste cuando ello no es cierto. Y ello, según el particular, por razón de que él llamó para pedir cita y, aunque en un primer momento le dijeron que el servicio no estaba operativo como consecuencia del COVID, al día siguiente le advirtieron que tenía un coste de unos 63-68 euros, en concepto de una hora de trabajo, tasas aparte, a lo que había que añadir 40 euros por conectar el vehículo a una máquina para asegurarse de que está en condiciones.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él manifiesta que carece de la información precisa para poder analizar la reclamación presentada pero que, en todo caso, la publicidad no es engañosa, pues los talleres adheridos al programa proporcionan el servicio que en ella se ofrece en las condiciones que ésta detalla, que únicamente se interrumpió en los períodos en los que las estaciones de ITV permanecieron cerradas debido al COVID.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos, 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”**).

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: (...) 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 induce a error sobre la gratuidad del servicio ofrecido (esto es: la gestión de la ITV).
3. El particular reclamante ha aportado a este procedimiento prueba que acredita la existencia de la publicidad reclamada. Sin embargo, no ha aportado prueba alguna que demuestre, como afirma, que el servicio ofrecido en la publicidad tiene, sumadas las cifras, un coste de entre 103 y 108 euros (entre 63 a 68 euros por hora de trabajo más 40 euros por conectar el vehículo a una máquina). Por su parte, la reclamada niega que la publicidad sea engañosa, pues, según alega, los talleres autorizados Ford adheridos al programa proporcionan el servicio promovido en las condiciones que en ella se indican (esto es: sin coste) y que éste sólo se interrumpió durante los períodos en los que las estaciones de ITV permanecieron cerradas a causa del COVID.
4. Así las cosas, el Jurado sólo puede concluir que no existen en el expediente elementos suficientes que permitan afirmar el carácter engañoso de la publicidad sometida a su examen.

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 Ford España S.L.