

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Solicitante	Particular
Responsable de la publicidad	Gaursa Investment S.L.
Título	Nuevo Megane desde 12.900 euros. Internet
Nº de asunto	215/DICIEMBRE/R/2020
Fase del proceso	Primera Instancia – Sección Séptima
Fecha	8 de enero de 2021

Resolución de 8 de enero de 2021, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Gaursa Investment S.L. El Jurado estimó parcialmente la reclamación, declarando que la publicidad reclamada resultaba incompatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (veracidad).

Frente a dicha resolución, Gaursa Investment S.L. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 5 de febrero de 2021.

RESUMEN

Resolución de 8 de enero de 2021, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Gaursa Investment S.L.

La reclamación se dirigía contra un presupuesto recibido por el concesionario para un modelo de Renault Megane y una página web difundida por internet por la empresa Gaursa Investment S.L., en la que se promovía el vehículo modelo Megane comercializado por ésta.

El Jurado concluyó que la publicidad reclamada no inducía a error sobre las condiciones a que se sujetaba la aplicación del precio del vehículo promocionado, puesto que éstas estaban expresamente incluidas en ella. En cambio, estimó que aquella infringía la norma 14 (veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL por razón de que trasladaba el mensaje según el cual el precio de partida que se aplica al modelo de vehículo promovido es de 12.900 euros y, sin embargo, no resultó acreditado que fuera cierto.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, Gaursa Investment S.L. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 5 de febrero por la que confirmaba la Resolución de la Sección Séptima del Jurado de 8 de enero de 2021.

TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 8 de enero de 2021, 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 Gaursa Investment S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 16 de diciembre de 2020, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Gaursa Investment S.L.
2. La reclamación se dirige contra un presupuesto recibido por el concesionario para un modelo de Renault Megane y una página web difundida por internet por la empresa Gaursa Investment S.L., en la que se promueve el vehículo modelo Megane comercializado por ella.

En la página web aparecen varias imágenes de la Gama Renault en los que se puede ver el modelo del coche, un precio tachado precedido por la mención “Antes” y en mayor tamaño la alegación: “ahora desde” seguida de un precio y un asterisco. En concreto el reclamante cita el Modelo Nuevo Megane, en el que se hayan insertas las siguientes alegaciones: “*Nuevo Megane. Antes ~~22.300 €~~*” y, a su lado, un asterisco y “*Ahora desde 12.900 €*” también con un asterisco. En la parte inferior de la web se puede leer: “* (...) Precio ofertado sujeto a financiación”.

En adelante aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad Reclamada**”.

Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada es engañosa, pues, según sostiene, en ella se afirma que se ofrece el Megane Nuevo por un precio de 12.900 euros, siendo el precio inicial de 22.300 euros, cuando lo cierto es que, según la reclamada le informó, tiene un precio final de 18.035 euros (14.760 euros más intereses) o de 15.860 € si no financia.

El particular reconoce que ambos importes van acompañados de un asterisco que vincula con unas condiciones, pero alega, no se explica a qué corresponde cada uno de los precios. A su juicio no es posible acceder a la financiación del vehículo por el precio promocionado de 12.900€.

3. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la página web no es engañosa, pues a través de un asterisco al que remiten los precios del vehículo promovido, informa con detalle de las condiciones a que se

sujeta la promoción.

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. (...) 14.2.- Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omita información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión sobre su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa, y que por esta razón pueda En distorsionar de forma significativa su comportamiento económico”.

2. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado el presente procedimiento considera que la Publicidad Reclamada es engañosa porque no es posible comprar el vehículo por el precio promocionado que aparece en la página web ni siquiera financiándolo.
3. Este Jurado hace constar que en la Publicidad Reclamada se incluye una alegación por la cual se ofrece el vehículo promovido a un precio desde 12.900 euros seguido de un asterisco. Es decir, un consumidor entenderá que ese precio está sujeto a ciertas condiciones, que son las que aparecen detalladas en el asterisco que remite a la letra de menor tamaño.

Así, la publicidad informa, entre otros extremos, de que la oferta está sujeta a las condiciones del Plan Renove y achatarrando un vehículo de más de 20 años y de que el precio ofertado está sujeto a financiación para vehículos en stock y no incluye gastos de matriculación y pre entrega. Asimismo, la publicidad indica que el precio ofrecido incluye un seguro gratis a todo riesgo financiando con Preference Easy, Plus e Preference E-TECH.

4.- Así las cosas, no puede afirmarse que la publicidad que nos ocupa sea engañosa por inducir a error sobre las condiciones de aplicación del precio promocionado, y, en particular, por omitir que dicho precio sólo será aplicable si se financia el vehículo. Tal y como acabamos de precisar, esta condición figura expresamente incluida en la publicidad, por lo que no cabe en este punto riesgo alguno de inducción a error.

5.- Ahora bien, una vez aclarado lo anterior, debe indicarse que la publicidad que nos ocupa sólo sería plenamente respetuosa con la norma 14 del Código de Autocontrol si el anunciante (a quien incumbe la carga de la prueba), acreditase que, cumpliendo las condiciones indicadas en la

publicidad (y, entre ellas, la adquisición del coche a través de financiación), se aplica el precio de partida indicado en la propia publicidad (12900 euros).

Sin embargo, según la documentación aportada por el reclamante, en el presupuesto de financiación del modelo del vehículo promocionado que fue enviado al particular, no consta el precio de 12.900 euros, apareciendo otros conceptos como un precio de partida de 18.114,49 euros al que habrá que descontar algunos importes, resultando un total a pagar de 14.760,54€.

Es cierto, por lo demás, que en este importe se incluyen algunos extras (neumáticos de repuesto) o gastos que la propia publicidad aclaraba que no estaban incluidos en el precio promocionado, como son los gastos de matriculación y pre entrega.

Pero este Jurado, una vez analizada con detenimiento la documentación aportada por el particular, ha podido comprobar que ni siquiera descontando del importe de 14760,54€ presupuestados el precio de los extras y de los gastos no incluidos se llega a alcanzar el precio promocionado de 12.900 euros.

6.- Por lo demás, en la contestación remitida por la parte reclamada no se efectúa alegación o explicación alguna sobre esta diferencia. Dicho con otros términos, en dicho escrito de contestación la reclamada alega que en la publicidad ya se informaba de las condiciones del precio promocionado, pero no explica las razones que pudieran eventualmente justificar o explicar que no se aplique dicho precio en la documentación aportada por el particular al expediente.

7.- En definitiva, nos encontramos en el caso que nos ocupa ante un expediente en el que el reclamante ha aportado un presupuesto en el que no se aplica el precio promocionado para el vehículo objeto de la publicidad, y el anunciante -por su parte- ni ha desvirtuado dicha prueba ni ha alegado o acreditado las razones que explicarían la divergencia entre el precio aplicado al particular reclamante y el indicado en la publicidad. Y en estas circunstancias, la valoración conjunta de las pruebas obrantes en el expediente, han de llevarnos a concluir que la Publicidad Reclamada no cubre las exigencias derivadas de la norma 14 del Código de AUTOCONTROL.

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

ACUERDA

1. Estimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Gaurisa Investment S.L.
2. Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.
3. Instar al anunciante la rectificación de la publicidad reclamada.

