

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Securitas Direct España S.A.U.
Reclamada	Telefónica España S.A.
Nombre del asunto	He visto que muchos vecinos están cambiando a Movistar-Prosegur alarmas. Radio
Nº de asunto	22/R/FEBRERO/2021
Fase del proceso	Segunda Instancia
Órgano	Pleno del Jurado
Fecha	26 de marzo de 2021

Resolución de 26 de febrero de 2021, de la Sección Quinta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por la empresa Securitas Direct España S.A.U. contra una comunicación comercial de la que es responsable la empresa Telefónica España S.A. El Jurado estimó parcialmente la reclamación, declarando que la publicidad reclamada resultaba incompatible con la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL. Por el contrario, concluyó que la publicidad reclamada no constituía una imitación ilícita contraria a la norma 20 del Código de AUTOCONTROL

Frente a dicha resolución, Telefónica España S.A. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 26 de marzo de 2021.

RESUMEN

Resolución de 26 de febrero de 2021, de la Sección Quinta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por la empresa Securitas Direct España S.A.U. contra una comunicación comercial de la que es responsable la empresa Telefónica España S.A.

La reclamación se dirigía contra una cuña de radio en la que se promovían las alarmas comercializadas por Telefónica España S.A. y Prosegur Alarmas España S.L. El anuncio afirmaba lo siguiente: *“He visto que muchos vecinos se están cambiando a Movistar Prosegur Alarmas...”* y, seguidamente, otra voz contestaba: *“Claro, es que es la única que no tiene permanencia, ¡normal que se cambien!”*, a lo que la primera exclamaba: *“¡Anda! y además nosotros que somos clientes Movistar, seguro que tenemos alguna ventaja...”*. Finalmente la segunda decía: *“Voy a llamar al 900 200 730, y así la probamos”*. El anuncio terminaba con una voz en *off* que afirma: *“Movistar Prosegur Alarmas, expertos en seguridad y tecnología”*.

La reclamante consideraba, por un lado, que la publicidad imitaba el mismo esquema creativo, contenido, cierre y *claim* publicitario que ha venido utilizando reiteradamente Securitas Direct en el mismo medio durante los últimos años y que se sigue usando en la actualidad, generando confusión

en el consumidor medio y aprovechándose de su reputación. En segundo lugar, consideraba que la alegación *“Es la única que no tiene permanencia”* era engañosa en la medida en que existen otras empresas de seguridad que también ofrecen su alarma sin permanencia.

El Jurado concluyó que la publicidad reclamada no constituía una imitación ilícita contraria a la norma 20 del Código de AUTOCONTROL, en la medida en que las dos partes promocionan el mismo género de producto y los términos y situaciones utilizadas en la publicidad forman parte del acervo publicitario habitual y necesario para promover alarmas de seguridad. En cambio, estimó que la publicidad infringía la norma 14 (veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en la medida en que Telefónica España S.A. no aportó ninguna prueba que acreditara la exactitud de la posición de liderazgo o preeminencia que se afirmaba mediante la alegación *“Es la única que no tiene permanencia”*.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, Telefónica España S.A. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 26 de marzo de 2021 por la que confirmaba la Resolución de la Sección Quinta del Jurado de 26 de febrero de 2021.

TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 26 de marzo de 2021, reunido el Pleno del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. José Ramón Ferrándiz Gabriel, para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por Telefónica España, S.A. contra la Resolución de la Sección Quinta de 26 de febrero de 2021, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 12 de febrero de 2021, Securitas Direct España, S.A.U. (en lo sucesivo, “**Securitas**”) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Telefónica España, S.A. (en adelante, “**Telefónica**”).
2. Se da por reproducida la publicidad reclamada, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la Resolución de la Sección Quinta del Jurado de 26 de febrero de 2021 (en lo que sigue, la “**Resolución**”).
3. Mediante la citada Resolución, la Sección Quinta del Jurado acordó estimar parcialmente la reclamación presentada por Securitas al considerar que la alegación de tono excluyente “*Es la única que no tiene permanencia*” resultaba engañosa y, por tanto, contraria a la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (“**Código de AUTOCONTROL**”) en tanto no había sido acreditada la veracidad y exactitud de la posición de liderazgo o preeminencia afirmada.
4. El 17 de marzo de 2021, Telefónica interpuso recurso de alzada contra la Resolución, mediante el cual manifiesta que no es responsable de la campaña de publicidad objeto de la reclamación.

A su juicio, la publicidad controvertida tiene por objeto fomentar la contratación de servicios de alarmas por lo que la empresa responsable debe ser aquella cuyo objeto social abarca la seguridad privada, esto es, Prosegur Alarmas España, S.L. Además, señala que esta empresa ha cambiado su denominación social por Movistar Prosegur Alarmas, S.L. y, en este sentido, la mención a “Movistar” de la pieza publicitaria se refiere precisamente a la marca de dicha empresa.

Adicionalmente, pone de manifiesto que Prosegur Alarmas España, S.L. ha asumido y reconocido su responsabilidad en la publicidad controvertida al contestar en tiempo y forma a la reclamación presentada contra ella en relación con la misma publicidad objeto de controversia.

5. Trasladado el recurso a Securitas, esta compañía ha presentado escrito de impugnación en plazo,

por el cual manifiesta su total conformidad con la Resolución de la Sección Quinta y se opone al recurso de Telefónica. Securitas considera que el anuncio se dirige a los clientes de Movistar (Telefónica) y ofrece descuentos a los mismos, por lo que se difunde en su interés. Adicionalmente, pone de manifiesto que el número de teléfono que se menciona en la cuña es una línea de información de la empresa Telefónica.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a lo expuesto en los antecedentes de hecho y dados los términos en los que ha sido planteado el presente recurso de alzada, este Pleno del Jurado se sitúa ante el primer y único motivo de recurso planteado por parte de Telefónica: su falta de legitimación pasiva en el procedimiento por considerar que no es responsable de la publicidad objeto de la reclamación.
2. Para analizar la cuestión se debe acudir, como ya hiciera la Sección, al artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad ("**Ley General de Publicidad**"), que atribuye la condición de anunciante a la persona física o jurídica en cuyo interés se realiza o difunde la publicidad.
3. La Sección Quinta, por su parte, consideró que existen dos factores por los que se puede considerar que la publicidad se difunde en interés de la empresa Telefónica: (i) por un lado, que en ella se promociona un producto distinguido con un signo distintivo propio de Telefónica España, S.A., que es: "Movistar", pues se alude a *Movistar Prosegur Alarmas*; (ii) y por otro, que parte de la publicidad se centra en destacar las condiciones especiales que tendrán los clientes de Telefónica (Movistar) en la contratación de los servicios promocionados.
4. Frente a estos argumentos, Telefónica afirmaba, y sostiene, que no es responsable de la publicidad reclamada en tanto ésta tiene por objeto fomentar la contratación de servicios de alarmas, por lo que la empresa responsable debe ser aquella cuyo objeto social abarque la seguridad privada, esto es, Prosegur Alarmas España, S.L.

Además, señala en su recurso que la empresa Prosegur Alarmas España, S.L. ha cambiado su denominación social por Movistar Prosegur Alarmas, S.L. Por lo tanto, según su parecer, se puede afirmar que la mención a de "Movistar" que aparece en la pieza publicitaria reclamada se refiere a la marca de esta empresa, cuyo objeto social además es precisamente la seguridad privada.

5. Sin embargo, estos argumentos deben ser rechazados, pues aun cuando se ignorase que el cambio de denominación en el que basa Telefónica su defensa es posterior al inicio del presente procedimiento -y por ende a la difusión de la propia publicidad-, este hecho no refuta el segundo motivo expuesto por la Sección, esto es, que parte de la publicidad se centre en destacar las condiciones especiales que tendrán los clientes de Telefónica (Movistar) en la contratación de los servicios promocionados.

En efecto, es preciso recordar que en la publicidad se locutaba: *"¡Anda! y además nosotros que somos clientes, Movistar, seguro que tenemos alguna ventaja..."*, es decir, que se promocionaban ventajas específicas para aquellos clientes de telefonía Movistar, lo que hace innegable el carácter de anunciante de Telefónica. En definitiva, nos encontramos ante un anuncio publicitario en el que se promueve la marca Movistar y en el que se difunden -entre otras- las ventajas que tendrán los clientes de Movistar en la contratación de un servicio de alarma. Y, en

estas circunstancias, el Pleno sólo puede coincidir con la Resolución al afirmar que la publicidad se difunde en interés de Telefónica, de acuerdo con el citado artículo 8 de la Ley General de Publicidad.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

1. Desestimar el recurso de alzada interpuesto por Telefónica España, S.A. contra la Resolución de la Sección Quinta de 26 de febrero de 2021.