

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Particular
Reclamado	Vodafone España S.A.U.
Título	OneNumber Desde 1 €/Mes Web
Nº de asunto	62/R/ABRIL/2021
Fase del proceso	Primera instancia
Órgano	Sección Séptima
Fecha	7 de mayo de 2021

Resolución del 7 de mayo de 2021 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 Vodafone España S.A.U. La Sección consideró que la publicidad no era incompatible con la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ni con la Norma 3 del Código Ético de Confianza Online.

RESUMEN

Resolución del 7 de mayo de 2021 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U.

La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet por la empresa Vodafone España S.A.U. en la que se promueve un servicio de telefonía móvil denominado “OneNumber” prestado por ésta, en donde se puede leer las siguientes alegaciones: “¿Qué es Vodafone OneNumber? Con Vodafone OneNumber utiliza tu número en el dispositivo que elijas. Desde 1 euro/mes con un mes gratuito. Tu primer OneNumber incluido en Hogar ilimitable 3.0 y 4.0”, “Utiliza tu número móvil en todos tus dispositivos”, “Utiliza tu número en el dispositivo que mejor se adapte a tus necesidades. Actívalo desde 1 €/mes por dispositivo conectado”, “Smartwatches 4G: Habla y navega desde tu Samsung Watch LTE, Apple Watch LTE y todos los relojes 4G compatibles por 5 €/mes”; “Tablets y teléfonos secundarios: Solicita tu MultiSIM y comparte tu tarifa en cualquier Smartphone o Tablet con SIM por 5 €/mes”; “Alexa: Conecta tu número móvil a cualquier dispositivo Amazon Echo con Alexa por 1 €/mes”.

El particular consideró que la publicidad era engañosa en la medida en que transmite un mensaje según el cual se puede acceder al servicio promovido pagando un euro al mes si se contrata para un sólo dispositivo cuando ello no es cierto.

La Sección consideró que la publicidad reclamada no inducía a error sobre las características del servicio promocionado y por tanto no infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ni la Norma 3 del Código Ético de Confianza Online (principio de veracidad), en la medida en que indicaba de forma clara, por un lado, que dicho precio era el umbral mínimo de precios a partir del cual se podía contratar el servicio (a través de la alegación “Desde 1 euro/mes”) y, por otro lado, que dependía del tipo de dispositivo que el cliente contratase, siendo de 1 euro al mes en caso de que contratase el dispositivo Smart speaker Alexa.

TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 7 de mayo de 2021, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 26 de abril de 2021, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet por la empresa Vodafone España S.A.U. en la que se promueve un servicio de telefonía móvil denominado “OneNumber” prestado por ésta. En la parte izquierda de su página principal se hayan insertadas las siguientes alegaciones: “¿Qué es Vodafone OneNumber? Con Vodafone OneNumber utiliza tu número en el dispositivo que elijas. Desde 1 euro/mes con un mes gratuito. Tu primer OneNumber incluido en Hogar ilimitable 3.0 y 4.0”. La parte derecha de la publicidad contiene la siguiente alegación: “Utiliza tu número móvil en todos tus dispositivos”. En la siguiente página de la publicidad se incluyen, entre otras, las siguientes afirmaciones: “Utiliza tu número en el dispositivo que mejor se adapte a tus necesidades. Actívalo desde 1 €/mes por dispositivo conectado”, “Smartwatches 4G: Habla y navega desde tu Samsung Watch LTE, Apple Watch LTE y todos los relojes 4G compatibles por 5 €/mes”; “Tablets y teléfonos secundarios: Solicita tu MultiSIM y comparte tu tarifa en cualquier Smartphone o Tablet con SIM por 5 €/mes”; “Alexa: Conecta tu número móvil a cualquier dispositivo Amazon Echo con Alexa por 1 €/mes”.

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, traslada el mensaje según el cual el precio del servicio promovido es de un euro al mes si se contrata para un sólo dispositivo cuando ello no es cierto.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él alega que la publicidad no es engañosa puesto que indica que el precio del servicio

promovido es desde 1 euro al mes, lo cual es cierto, y también indica que si el cliente lo contrata para el dispositivo Smart speaker Alexa el precio es de 1 euro y si lo hace para cualquier otro de los dispositivos disponibles (esto es: smartwatches, tablets o teléfonos secundarios), el precio es de 5 euros.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho expuestos esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz de lo dispuesto en la Norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (**en lo sucesivo, el “Código de AUTOCONTROL”**), a tenor de la cual:

“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”.

Adicionalmente, en la medida en que la empresa reclamada se encuentra adherida al Código Ético de Confianza Online (en adelante, el **“Código de Confianza Online”**), esta Sección debe analizar la misma a la luz del artículo 3 de dicho Código, que establece que: *“La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia de las empresas adheridas a este Código, deberá ser conforme a la ley aplicable y al Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, además de ser leal, honesta y veraz, en los términos en que estos principios han sido desarrollados por el Código de Práctica Publicitaria de la Cámara de Comercio Internacional”.*

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 el precio al que se ofrece el servicio promovido, porque a su juicio da entender que si éste se contrata para un sólo dispositivo aquél es de un euro al mes.
3. Sucede, sin embargo, que de la publicidad reclamada no se extrae esta interpretación que el particular defiende. En efecto, la publicidad reclamada advierte a través de la alegación *“Desde 1 euro/mes con un mes gratuito”*, que 1 euro al mes es el umbral mínimo de precios a partir del cual se ofrece el servicio promocionado. Y también indica de manera clara que el precio definitivo depende del tipo de dispositivo que el cliente contrate —y no del número de dispositivos contratados, como defiende el particular— siendo de 1 euro al mes caso de contratarse el dispositivo Smart speaker Alexa y de 5 euros al mes caso de contratarse cualquier otro de los dispositivos cubiertos por la promoción (*Smartwatches 4G y Tablets* y teléfonos secundarios). El mensaje que la publicidad en su conjunto traslada al consumidor medio es, pues, que el precio del servicio promovido puede ser superior a un euro al mes y que éste será de un euro al mes si lo contrata para el dispositivo Smart speaker Alexa y 5 euros al mes si lo contrata para otros dispositivos, lo cual se corresponde con la realidad. En consecuencia, la publicidad no puede reputarse engañosa ni, por ende, contraria a la norma 14 del Código de AUTOCONTROL ni con el artículo 3 del Código de Confianza Online.

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 Vodafone España S.A.U.