

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## DICTAMEN



Solicitante	Particular
Reclamada	PSAG Automóviles Comercial España S.A.
Nombre del asunto	AMI 100% Electric. Internet
Nº de asunto	123/R/JULIO 2021
Fase del proceso	Instancia
Órgano	Sección Cuarta
Fecha	29 de julio de 2021

## RESUMEN

Dictamen de 29 de julio de 2021, de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por el que expresa su parecer sobre la corrección deontológica de una publicidad de la que es responsable la empresa PSAG Automóviles Comercial España S.A.

La reclamación se formuló frente a una publicidad difundida por las redes sociales por la empresa PSAG Automóviles Comercial España S.A., en la que se promueve un modelo de coche eléctrico comercializado por ella denominado AMI. En ella se incluye la siguiente alegación: *“Sin carnet de conducir. Es como un vehículo urbano, pero que todo el mundo puede conducir a partir de los 15 años”*. Según alegaba el reclamante, la publicidad era engañosa en tanto que afirma que el vehículo promovido puede conducirse sin carnet cuando es falso, puesto que éste tiene una categoría de homologación L6 y debe ser conducido con carnet de conducir AM.

El Jurado concluyó que la publicidad objeto del presente dictamen es incompatible con la norma 14 del Código de de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, toda vez que mediante la expresión *“Sin carnet de conducir”*, induce al consumidor medio a creer que el vehículo promovido puede conducirse sin necesidad de obtener ningún tipo permiso de conducir, cuando ello no se corresponde con la realidad.

En Madrid, a 29 de julio de 2021, reunida la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig, emite el siguiente

### DICTAMEN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 15 de julio de 2021, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa PSAG Automóviles Comercial España, S.A.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por las redes sociales por la empresa PSAG Automóviles Comercial España, S.A. en la que se promueve un modelo de coche eléctrico comercializado por ella denominado AMI. En ella se incluye la siguiente alegación: *“Sin carnet de conducir. Es como un vehículo urbano, pero que todo el mundo puede conducir a partir de los 15 años”*.
3. Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad objeto del presente dictamen es engañosa pues, según alega, afirma que el vehículo promovido puede conducirse sin carnet cuando ello es falso, puesto que éste tiene una categoría de homologación L6 y debe ser conducido con carnet de conducir AM.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta no ha presentado escrito de contestación en plazo, por lo que en aplicación del artículo 18.2 del Reglamento del Jurado, procede la emisión del presente Dictamen.

#### II. Fundamentos deontológicos.

1. Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, debe advertirse que, en la medida en que el escrito que ha dado origen al presente procedimiento se dirige contra una empresa que no es socia de AUTOCONTROL ni se encuentra por otros motivos vinculada al Jurado, el presente dictamen carece de carácter vinculante para la misma.

A este respecto, debe indicarse que, como en el resto de los organismos de autorregulación publicitaria existentes en todos los países del entorno UE, y con el fin de crear sistemas abiertos a la sociedad, el Jurado de la Publicidad tiene encomendada la resolución de aquellas controversias que le sean presentadas por cualquier persona física o jurídica con un interés legítimo, contra piezas publicitarias tanto de empresas asociadas como de terceros. Sin embargo, las resoluciones que dirimen tales controversias sólo tienen fuerza vinculante para los asociados, que voluntariamente han manifestado su adhesión al Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, el cual rige los pronunciamientos del Jurado. Por el contrario, frente a una entidad como el anunciante, no adherida al sistema de autodisciplina, este dictamen constituye

una mera opinión, no vinculante, sobre la corrección ética y deontológica de la campaña publicitaria en cuestión, emitida por expertos en la materia.

En todo caso, no puede desconocerse que la mayor parte de los dictámenes que emite este Jurado son cumplidos de forma voluntaria incluso por aquellas empresas que no tienen la condición de asociadas al sistema. Probablemente este hecho se explique por la reconocida fuerza moral de que gozan tales dictámenes. Esta fuerza moral se derivaría del acreditado y reconocido prestigio de los miembros del Jurado, y del respaldo legal otorgado al sistema de autodisciplina o autocontrol, tanto a nivel comunitario (véase el Considerando 18, y los artículos 6 y 8 de la Directiva 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa; los Considerandos 32, 40, 49 y 51 y los artículos 16 y 17 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, de comercio electrónico) como a nivel estatal (véase la Exposición de Motivos de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad); previsiones normativas a las que se ha sumado el reconocimiento explícito de los códigos de conducta y el fomento de la autorregulación introducidos por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre en la Ley 3/1991, de 10 de enero de Competencia Desleal (véase su nuevo Capítulo V), así como por la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (véase su Exposición de Motivos y su artículo 12). Con toda probabilidad, es esta misma fuerza moral la que explica también la coincidencia sustancial existente entre los dictámenes y resoluciones del Jurado y las decisiones de Jueces y Tribunales en aquellos casos en los que, de forma consecutiva, los mismos hechos han sido conocidos por éstos.

2. Entrando ya en el fondo del asunto planteado, en atención a los antecedentes de hecho antes expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad objeto del presente dictamen 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: 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”*.

5. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado el presente procedimiento considera que la publicidad objeto del presente dictamen es engañosa porque contiene una información falsa sobre las características del vehículo que promueve; a saber: que puede conducirse sin carnet cuando en realidad es necesario tener permiso de conducir AM para hacerlo.
6. Este Jurado acepta esta alegación. La publicidad objeto del presente dictamen, que ha sido aportada por el particular mediante pantallazo, transmite al consumidor medio el mensaje claro y objetivo según el cual para conducir el vehículo promovido no es preciso obtener un permiso de conducir, de ningún tipo. Así se sigue de la alegación *“Sin carnet de conducir. Es como un vehículo urbano, pero que todo el mundo puede conducir a partir de los 15 años”*. Como es de ver, en la publicidad se afirma sin ambages y de forma genérica que el vehículo promovido puede conducirse sin carnet de conducir, sin diferenciar entre los diversos tipos de permisos de

conducir existentes (p. ej.: tipo A, tipo B).

7. Sin embargo, como advierte el particular que ha instado el presente procedimiento y, como este Jurado ha podido comprobar, la propia anunciante en un lugar poco destacado de su página web, advierte de que es ciertamente posible circular libremente con el vehículo promovido sin disponer de un carnet de coche tipo B, pero no lo es, en cambio, hacerlo sin poseer un permiso de conducir AM.
8. Así las cosas, ha de concluirse que la publicidad objeto del presente dictamen es incompatible con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL, toda vez que mediante la genérica expresión “*Sin carnet de conducir*” que contiene, induce al consumidor medio a creer que el vehículo promovido puede conducirse sin necesidad de obtener ningún tipo permiso de conducir, incluido, por tanto, el permiso de conducir AM, cuando ello no se corresponde con la realidad.
9. Frente a lo anterior no cabría eventualmente alegar que la anunciante advierte en un vínculo al que remite la publicidad contenida en su página web de que, en caso de no disponer, el consumidor, de un permiso de conducir tipo B, es necesario estar en posesión de un permiso de conducir de la clase AM para poder conducir el vehículo promovido. La razón que lo explica radica en que la publicidad objeto de análisis y aportada a este procedimiento no incluye esa información y ésta limita de forma relevante el mensaje principal según el cual para circular con el vehículo promovido no se requiere ningún tipo de permiso de conducir. Y es doctrina constante del Jurado que el mensaje publicitario principal no puede verse limitado de forma relevante o significativamente contradicho por aquellos que se ofrezcan en otros soportes u otros mensajes menos destacados.

Este Dictamen se emite únicamente con la información aportada por el solicitante, careciendo de cualquier naturaleza de carácter vinculante. El Dictamen expresa el parecer del Jurado sobre la corrección deontológica de la publicidad sometida a su análisis, el cual, como es habitual, queda sometido a cualquier otro mejor fundado.

Adicionalmente, y al amparo de lo dispuesto en el artículo 30 del Reglamento del Jurado de la Publicidad, este Jurado acuerda comunicar el presente Dictamen a la Administración Pública competente.