

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN



Reclamante	Particular
Reclamada	Orange Espagne S.A.U.
Nombre del asunto	Estas Navidades Fibra 1Gbps + llamadas ilimitadas 18,95 mes. 12 meses. Internet
Nº de asunto	200/R/DICIEMBRE/2021
Fase del proceso	Primera Instancia
Órgano	Sección Séptima
Fecha	17 de diciembre de 2021

## RESUMEN

Resolución de 17 de diciembre de 2021 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Orange Espagne S.A.U.

La reclamación se formuló frente a una publicidad difundida en redes sociales, en la que se promovía un servicio de fibra y telefonía y donde se incluía la alegación: “Estas Navidades fibra 1gbps + llamadas ilimitadas 18,95€/mes 12 meses”. La parte reclamante alegaba que la publicidad era engañosa ya que se omitía que la tarifa estaba sujeta a un compromiso de permanencia de 12 meses.

La Sección estimó la reclamación considerando que la publicidad reclamada infringía la norma 14.2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL. Según reconoció la reclamada, existe este compromiso de permanencia y no se indicaba en el banner alojado en redes sociales, sino en su redirección a la web de Orange. El Jurado consideró por tanto que en el banner se omitían condiciones esenciales para que el consumidor pueda conocer el alcance de la oferta y concluyó que la publicidad traslada un mensaje engañoso por omisión.

En Madrid, a 17 de diciembre 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 Orange Espagne S.A.U., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 2 de diciembre de 2021, una particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Orange Espagne S.A.U.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por las redes sociales (Facebook) por la empresa Orange Espagne S.A.U., en la que se promueve un servicio de fibra y telefonía. En ella se incluye la siguiente alegación: *“Estas Navidades fibra 1gbps + llamadas ilimitadas 18,95€/mes 12 meses”*.
3. Según expone en su escrito de reclamación, la particular considera que la publicidad reclamada es engañosa porque omite que la tarifa promovida está sujeta a un compromiso de permanencia de 12 meses.
4. Trasladada la reclamación a la anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él defiende que la publicidad no es engañosa porque en la página web oficial de Orange a la que se redirige al usuario al pinchar en el banner de Facebook en el que aparece la publicidad se indica claramente que la oferta tiene una permanencia de 12 meses. Por tanto, según la reclamada, esa información no se ha omitido; sencillamente y por razones de limitación de espacio y la naturaleza del medio no se incluye en el banner, pues éste solo contiene los elementos más básicos de la oferta y cualquier cliente que utiliza estos medios publicitarios online sabe debe pinchar en él para obtener más información sobre su alcance.

#### 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 14.2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (**en lo sucesivo, el “Código de Autocontrol”**) a cuyo tenor:

*“Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omite 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 distorsionar de forma significativa su comportamiento económico”.*

2. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, la particular que ha instado el presente

procedimiento considera que la publicidad es engañosa porque silencia que la tarifa promocionada tiene asociado un compromiso de permanencia de un año.

5. La publicidad reclamada, que ha sido aportada por el particular mediante pantallazo, indica que la anunciante ofrece un servicio de fibra 1gbps y llamadas ilimitadas por un precio de 18,95 euros al mes. Y también advierte a través de la expresión “12 meses” que incluye debajo de la tarifa que ésta se ofrece sólo durante 12 meses.

De esta forma, la publicidad traslada al consumidor medio el mensaje claro según el cual la tarifa promovida es mensual y se ofrece durante un plazo máximo de 12 meses sin ulteriores condiciones y, por tanto, con independencia de si aquél decide darse de baja en algún momento.

6. Sin embargo, lo cierto es que, tal y como reconoce la propia reclamada en su escrito de reclamación, la tarifa promovida tiene asociado un compromiso de permanencia de 1 año. Y como también reconoce la propia reclamada esa circunstancia no se indica en la publicidad; se revela tan sólo en la página web oficial de Orange a la que se redirige al usuario al pinchar en el banner en el que aquélla se incluye.
7. En estas circunstancias, ha de concluirse que la publicidad reclamada es contraria a la Norma 14 del Código de Autocontrol, pues es evidente que el mensaje publicitario principal, según el cual la tarifa promovida es mensual y se ofrece durante 12 meses sin ulteriores condiciones, se halla limitado de manera notable por una información que la anunciante silencia en aquél y desvela sólo -y después- en su página web y, por tanto, en otro soporte y mensaje menos destacado; a saber: que la oferta se encuentra vinculada a un compromiso de permanencia de 12 meses. Y es asimismo evidente que esa información, lejos de lo que la reclamada considera, es básica y esencial para que el consumidor pueda conocer el alcance de la oferta, pues no en vano darse de baja antes de ese plazo conlleva una penalización que supone abonar una tarifa más alta.

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

## ACUERDA

1. Estimar la reclamación presentada por una particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Orange Espagne S.A.U.
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 en el sentido expuesto en los fundamentos deontológicos de la presente resolución.
4. Imponer a Orange Espagne S.A.U. el pago de las tasas devengadas por la tramitación del presente procedimiento de conformidad con las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de AUTOCONTROL.