

Asociación de Autocontrol de la Publicidad

Conde de Peñalver, 52- 1º D
28006 MADRID

Madrid, a 29 de Junio de 2007

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACION de la que es Presidente, viene a presentar por medio de este escrito reclamación ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad contra **VODAFONE**, en base a las siguientes alegaciones:

De Hecho

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante AUC) es una organización sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/1984 General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores del Instituto Nacional de Consumo y es miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios, creado en desarrollo de la Ley 26/1984, por el Real Decreto 2211/1995 de 28 de Diciembre.
2. La AUC está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la citada Ley 26/1984; la Ley 34/1988, General de Publicidad; la Ley 3/1991 de Competencia Desleal; la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de la Contratación, y la Ley 22/1999, que incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva de la Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento y detección de ilícitos publicitarios hemos detectado una campaña en prensa de la operadora **VODAFONE**, que a nuestro parecer contraviene la Legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol.
4. En el citado anuncio se publicita **“Este verano suena mejor. Habla por 0 cent./min. (...). Infórmate en el 1441 e en www.vodafone.es”**.
5. En ninguna parte del citado anuncio se informa de que la promoción de **“hablar por 0 céntimos el minuto”** sólo se aplica a llamadas entre móviles de la citada compañía, dato que, por el contrario, sí aparece en la publicidad recogida en la página Web de Vodafone donde se afirma **“este verano suena mejor. Ven a Vodafone antes del 21 de septiembre y habla con todos los móviles Vodafone a 0 cent./min.”**
6. Por ello, entiende esta Asociación que esta campaña es un claro supuesto de publicidad engañosa ya que, silencia un dato fundamental que puede perjudicar económicamente al consumidor que decide darse de alta en esta promoción desconociendo que, sólo se le va a aplicar la tarifa de 0 céntimos minutos si realiza la llamada a otro móvil de la misma compañía.

De Derecho

1. Por todo lo anterior, entiende esta Asociación que el citado anuncio vulnera lo establecido en la **Ley 26/1984**, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios que en su artículo 8 indica que la *“oferta, promoción y publicidad de los productos, actividades o servicios, se ajustarán a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad...”*
2. En el artículo 10 de la misma Ley, se señala que las cláusulas, condiciones o estipulaciones que se apliquen a la oferta o promoción de productos o servicios.....*deberán cumplir los siguientes requisitos:*
 - a) **concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato....**
3. Por su parte, la **Ley 34/1988**, de 11 de noviembre, General de Publicidad señala en su artículo 3, que *es ilícita....b) la publicidad engañosa....* considerando en su artículo 4 como engañosa **“la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o pueda inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a su competidor. Es asimismo engañosa la publicidad que silencie datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error a sus destinatarios”**.
4. Igualmente, la **Ley 3/1991**, de 10 de enero, de Competencia Desleal considera, en su artículo 7, **desleal la utilización o difusión de indicaciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar, sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige o alcanza, sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud en el empleo, calidad y cantidad de los productos y, en general, sobre las ventajas realmente ofrecidas**
5. Por su parte, el **Código de Conducta Publicitaria de la AAP** señala en su Norma 2 que la publicidad debe respetar la legalidad vigente. Asimismo, el Código de Conducta Publicitaria de la AAP indica que la publicidad no deberá llevar a conclusiones erróneas en razón de la inexactitud de los datos sustanciales contenidos en ella, así como tampoco por su ambigüedad, omisión u otras circunstancias.

En consecuencia, se solicita del Jurado de esa Asociación declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **VODAFONE** su cese o rectificación inmediatos.

Fdo.: Alejandro Perales
Presidente de AUC