

RESOLUCIÓN DEL JURADO

Resumen de la resolución: **Particular vs. Air Milles “Travel Club”**

El pasado 7 de marzo de 2007 el Pleno del Jurado acordó anular la Resolución de la Sección Quinta del Jurado de 18 de enero de 2007 en la que se había declarado engañosa una publicidad de Travel Club de la que es responsable la mercantil Air Milles, S.A., a raíz de la presentación de una reclamación por un particular.

La Sección Quinta del Jurado adoptó aquella resolución valorando los elementos que en aquel momento constaban en el expediente. Sin embargo, posteriormente la compañía reclamada ha puesto en conocimiento de este Jurado nuevas circunstancias que han llevado al Pleno a anular la resolución de Sección.

Para la resolución del asunto que ahora nos ocupa, el Pleno del Jurado ha recordado que el artículo 12 del Reglamento del Jurado condiciona la admisión de una reclamación a la existencia de interés legítimo.

Pues bien, debemos tener presente que en su escrito de reclamación, el particular alegaba la existencia de publicidad engañosa y pretendía la obtención de los relojes por los que quería canjear sus puntos Travel Club o un equivalente. A este respecto, consta en el presente procedimiento que en un momento posterior a la interposición de la reclamación (y sin que la Sección del Jurado que dictó la resolución tuviese conocimiento alguno), la compañía reclamada procedió a satisfacer las pretensiones expuestas por el reclamante en su escrito de reclamación.

No obstante lo anterior, el particular no desistió de su reclamación ante el Jurado de la Publicidad, y el único motivo por el que no lo hizo fue presionar a la compañía reclamada para obtener un regalo adicional a los relojes que ya iba a recibir, como también consta en la documentación aportada.

Así las cosas, el Pleno del Jurado ha concluido que por haberse producido una satisfacción extraprocesal de la pretensión del reclamante con anterioridad a la resolución de la Sección Quinta de 18 de enero de 2007, a su vez se había producido, tanto una desaparición sobrevenida del objeto del procedimiento como una pérdida sobrevenida del interés legítimo que inicialmente pudiera ostentar el reclamante para la presentación de la reclamación.

De esta forma, el Pleno del Jurado ha podido constatar que se ha pretendido utilizar y aprovechar el procedimiento ya iniciado, no para satisfacer las pretensiones inicialmente formuladas en la reclamación que lo originó (que ya habían sido plenamente satisfechas) sino para satisfacer intereses completamente ajenos al objeto del procedimiento, conducta ésta que no puede tener cabida en el concepto de “interés legítimo”.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol de la Publicidad ha acordado anular la Resolución de la Sección Quinta del Jurado de 18 de enero de 2007.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Texto completo de la resolución: **Particular vs. Air Milles “Travel Club”**

En Madrid, a 7 de marzo de 2007, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. Manuel Rebollo Puig, para el análisis del recurso de alzada presentado por la mercantil Air Milles, S.A. frente a la resolución de la Sección Quinta del Jurado de 18 de enero de 2007, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 22 de diciembre de 2006, la Secretaría de Confianza Online dio traslado a la Secretaría del Jurado de Autocontrol de la reclamación presentada con fecha 18 de diciembre de 2006 por un particular frente a una publicidad difundida en Internet de la que es responsable la mercantil Air Milles, S.A. (en lo sucesivo, Air Milles).

2.- Se dan por reproducidos todos los elementos publicitarios reclamados, así como los argumentos esgrimidos por las partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Quinta del Jurado de 18 de enero de 2007.

3.- Mediante la citada resolución, la Sección Quinta del Jurado de la Publicidad acordó estimar la reclamación interpuesta, declarando que la publicidad reclamada infringía la norma 14 (publicidad engañosa) del Código de Conducta Publicitaria.

4.- La compañía Air Milles, ha presentado escrito de alegaciones en el que hace constar que las circunstancias planteadas por el reclamante en su día, según las cuales la página web de Travel Club ofrecía como regalos disponibles unos relojes que, sin embargo, el particular no pudo adquirir, se debieron a un error puntual de tecnología en la web. En concreto, señala Air Milles que el error de funcionamiento afectó al sistema de cómputo de unidades disponibles para el reloj de caballero modelo Fila, por lo que aparecían unidades disponibles cuando en realidad este producto se había agotado.

Asimismo, manifiesta que, tras conocer este error, precisamente a través de las reclamaciones presentadas por los usuarios afectados, procedió a solucionar inmediatamente la incidencia desde el punto de vista técnico. Por lo demás, indica Air Milles que para todos los afectados adoptó la misma solución, ofrecerles dos modelos de relojes de caballero similares al Fila y de mucho más valor para que eligieran el que desearan. Señala la reclamada que el reclamante optó por dos ejemplares del reloj modelo Carrera Trendy (valorado en 10.750 puntos, a diferencia del reloj Fila, valorado en 1.125 puntos). Y señala que los dos relojes han sido enviados al particular reclamante. Así pues, sostiene Air Milles que el reclamante ha quedado íntegramente satisfecho como demuestra el correo electrónico que remitió a la compañía, razón por la que la compañía entiende que en ningún momento se ha tratado de un supuesto de publicidad engañosa, sino de un mero error técnico.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Finalmente, Air Milles expone en su escrito que han advertido un comportamiento muy descarado por parte del reclamante, quien todavía ha pretendido beneficiarse más del error técnico, al proponer a la compañía reclamada escribir una carta en su favor para remitirla a Autocontrol, a cambio de recibir un buen regalo. Aporta la reclamada documentación acreditativa de este extremo y de las restantes alegaciones expuestas.

Por lo expuesto, Air Milles solicita del Jurado que dicte resolución en la que acuerde que la actuación de esta compañía en el presente caso ha sido en todo momento plenamente ajustada a Derecho.

5.- Trasladado este escrito al particular reclamante, éste a su vez ha manifestado en contestación al mismo lo siguiente: *“Me ha molestado eso que ha dicho TRAVEL CLUB en el recurso, de comportamiento descarado para aprovecharme del error y me siento muy ofendido”*.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Para la resolución del asunto que ahora nos ocupa, el Pleno del Jurado debe recordar que el Reglamento que rige su funcionamiento y actuación condiciona la admisión de una reclamación a la existencia de interés legítimo. En efecto, el artículo 12 del Reglamento del Jurado establece en su apartado primero que *“el procedimiento se incoará por solicitud o reclamación de cualquier persona que tenga interés legítimo en que se proceda en relación con una determinada comunicación comercial”*.

Pues bien, debemos tener presente que en su escrito de reclamación, el particular alegaba la existencia de publicidad engañosa y pretendía la obtención de los relojes por los que quería canjear sus puntos Travel Club o un equivalente. A este respecto, consta en el presente procedimiento que en un momento posterior a la interposición de la reclamación (y sin que la Sección del Jurado que dictó la resolución tuviese conocimiento alguno), la compañía reclamada procedió a satisfacer las pretensiones expuestas en la reclamación. Así, según consta en los documentos aportados por las partes, el día 10 de enero de 2007 convinieron que el particular recibiera unos relojes de valor en puntos muy superior a los que inicialmente había pedido, lo que satisfacía claramente sus pretensiones como se refleja en la propia comunicación. Asimismo, consta la efectiva entrega posterior de los relojes al reclamante.

2.- No obstante lo anterior, el particular no desistió de su reclamación ante el Jurado de la Publicidad, y el único motivo por el que no lo hizo fue presionar a la compañía reclamada para obtener un regalo adicional a los relojes que ya iba a recibir, como también consta en la documentación aportada.

Así las cosas, ha de concluir el Pleno del Jurado que por haberse producido una satisfacción extraprocesal de la pretensión del reclamante con anterioridad a la resolución de la Sección Quinta de 18 de enero de 2007, a su vez se había producido, tanto una desaparición sobrevinida del objeto del procedimiento como una pérdida sobrevinida del interés legítimo que inicialmente pudiera ostentar el reclamante para la presentación de la reclamación.

3.- Es más, por amplia que fuera la interpretación aplicada por este Jurado del concepto de “interés legítimo”, en modo alguno podría abarcar una conducta como la protagonizada por el particular reclamante en el presente procedimiento, en el que si bien inicialmente pudiera estar legitimado para la interposición de la reclamación, dejó de estarlo en el momento en que todas



[Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial]

sus pretensiones fueron satisfechas, explicándose la continuación del procedimiento por parte del particular reclamante únicamente por la presencia de otros intereses que nada tenían que ver con el objeto de aquel procedimiento. De esta forma, se ha pretendido utilizar y aprovechar el procedimiento ya iniciado, no para satisfacer las pretensiones inicialmente formuladas en la reclamación que lo originó (que ya habían sido íntegramente satisfechas, lo que debería haber motivado la finalización del procedimiento), sino para satisfacer intereses completamente ajenos al objeto del procedimiento, conducta ésta que no puede ser acogida por el Pleno del Jurado.

Por consiguiente, procede la anulación de la resolución dictada en su día por la Sección.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol de la Publicidad,

ACUERDA

1.- Estimar el recurso de alzada presentado por Air Milles, S.A. frente a la resolución de la Sección Quinta del Jurado de 18 de enero de 2007.

2.- Anular la resolución de la Sección Quinta del Jurado de 18 de enero de 2007.