

Resolución de 30 de enero de 2015 de la Sección Sexta del Jurado por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la compañía Emailing Network, SARL. La Sección estimó la reclamación, declarando que la publicidad reclamada infringía el artículo 9 del Código Ético de Confianza Online.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Emailing Network SARL.
“Baja Newsletter”

Resolución de 30 de enero de 2015 de la Sección Sexta del Jurado por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la compañía Emailing Network, SARL.

La reclamación se dirige frente a la recepción de material publicitario a través de diversas newsletters no deseadas recibidas por el particular en su dirección personal de correo electrónico por parte de Emailing Network.

El Jurado entendió que la reclamante, con la documentación aportada con su escrito de reclamación, acreditó que, pese a haber cursado la baja del servicio en varias ocasiones, ha seguido recibiendo correos electrónicos por parte de la empresas Emailing Network; por lo que concluyó que la publicidad reclamada infringe el artículo 9 del Código Ético de Confianza Online e instó al anunciante a la cesación de la misma.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Texto completo de la resolución del Jurado:
Particular vs. Emailing Network SARL.
“Baja Newsletter”

En Madrid, a 30 de enero de 2015, reunida la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Manuel Otero Lastres, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la compañía Emailing Network, SARL, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 11 de diciembre de 2014, la Secretaría Técnica de Confianza Online recibió mediante formulario de reclamación disponible en su página web una comunicación de un particular contra un material publicitario del que es responsable la compañía Emailing Network, SARL (en lo sucesivo, **“Emailing Network”**).

2.- La reclamación se dirige frente a la recepción de material publicitario a través de diversas newsletters no deseadas recibidas por el particular en su dirección personal de correo electrónico por parte de Emailing Network.

3.- En su escrito de reclamación, el particular manifiesta que ha solicitado en varias ocasiones la baja de la recepción de newsletters con carácter publicitario por parte de la empresa Emailing Network pero – pese a haber incluso recibido la confirmación de la baja de dichos servicios- continua recibéndolas en su correo electrónico personal. Según expone el reclamante, dicha actuación vulnera el artículo 9 del Código Ético de Confianza Online. Por ello, solicita que se le dé de baja de dicho servicio y, por consiguiente, cese el envío de cualquier tipo de publicidad.

Conforme a lo previsto en el artículo 42.7 del Código Ético de Confianza Online, se ha dado traslado a Autocontrol de la citada reclamación, así como de las pruebas aportadas hasta el momento para que se tramitase el asunto conforme a lo expuesto en el “Reglamento del Jurado de la Publicidad”.

4.- Traslada la reclamación a Emailing Network, esta compañía no ha presentado escrito de contestación.

II.- Fundamentos deontológicos.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

1.- A la vista de los antecedentes de hecho antes expuestos, el Jurado debe analizar la presente controversia conforme a lo establecido en el artículo 9 del Código Ético de Confianza Online, dado que el objeto de la reclamación es una publicidad que ha sido difundida a través de correo electrónico.

Este precepto, que de acuerdo con el artículo 2.5 del mismo Código, relativo a su ámbito de aplicación, afecta tanto a la publicidad dirigida a particulares como a la publicidad dirigida a empresarios, establece lo siguiente: “ (...)3. *Aquellos anunciantes que utilizan mensajes por correo electrónico u otros medios de comunicación individual equivalentes con fines publicitarios deberán informar con claridad al destinatario, a través de su página o sitio de Internet o por otros medios electrónicos, sobre la posibilidad de notificar su deseo de no recibir ofertas posteriores, a través de medios sencillos y gratuitos, tales como la llamada a un número telefónico no reservado a servicios de tarificación adicional o la remisión de un correo electrónico. Asimismo, con el objeto de que el destinatario pueda revocar su consentimiento, los anunciantes deberán proporcionar un mecanismo sencillo, gratuito y que no implique ingreso alguno para los anunciantes o sus encargados de tratamiento. (...) 6. El destinatario podrá revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de voluntad al remitente*”.

2.- Como puede comprobarse, este precepto establece la obligación –a cargo de quien remita publicidad por correo electrónico- de proporcionar mecanismos sencillos y gratuitos en los correos electrónicos que remitan con fines publicitarios al objeto de que el destinatario pueda revocar el consentimiento prestado para su recepción.

Pues bien, la reclamante, con la documentación aportada con su escrito de reclamación, ha acreditado que, pese a haber cursado la baja del servicio en varias ocasiones, ha seguido recibiendo mensajes publicitarios por parte de la empresa Emailing Network. En este sentido, de la documentación aportada se observa que los días 4, 5 y 6 de octubre de 2014, el particular manifestó por correo electrónico a la empresa reclamada su deseo de no recibir más comunicaciones comerciales. Asimismo, también ponía de manifiesto que, cada una de las veces previas que había insistido en la solicitud de dicha baja, había recibido por parte de la empresa la siguiente contestación: “*Ya te has dado de baja de los emails de Clicplan. Nos da pena que te marches pero esperamos verte muy pronto por aquí. ¡Gracias!*”.

Sin embargo, el mismo día 6 de octubre y el día 7 de octubre, el particular recibió nuevamente dos comunicaciones comerciales por correo electrónico por parte de Emailing Network.

De acuerdo con lo que antecede, esta Sección del Jurado, teniendo en cuenta las pruebas obrantes en el expediente y en ausencia de contestación por parte del reclamado (que no ha aportado prueba alguna que contradiga las aportadas por el reclamante), debe concluir que los mensajes publicitarios reclamados fueron remitidos al reclamante en infracción del artículo 9 del Código Ético de Confianza Online.



[Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial]

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por un particular contra Emailing Network, SARL.

2º.- Declarar que el envío de la publicidad reclamada infringe el artículo 9 del Código Ético de Confianza Online.

3º.- Instar al anunciante la cesación en el envío de la publicidad reclamada.