



**ASUNTO Nº: 263/R/NOVIEMBRE 2016**  
**Autoergon 2002, S.L. (Confianza Online)**  
**vs.**  
**Eye Inversiones Online, S.L. (Teletiadirecto II)**

En Madrid, a 22 de diciembre de 2016, reunida la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por \_\_\_\_\_ para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la empresa Autoergon 2002, S.L. contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Eye Inversiones Online, S.L. emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

### **I.- Antecedentes de hecho.**

1.- El pasado 30 de noviembre de 2016, la Secretaría de Confianza Online dio traslado a la Secretaría de Autocontrol de un escrito de reclamación presentado por la empresa Autoergon 2002, S.L. (en adelante, “**Autoergon**”) contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Eye Inversiones Online, S.L. (en lo sucesivo, “**Eye Inversiones**”).

2.- La reclamación se dirige contra las dos siguientes conductas:

- i) Uso de las marcas registradas de Autoergon “Happylegs” y “La máquina de andar sentado” como palabras clave en un motor de búsqueda, de tal forma que cuando el usuario introduce en el cajetín de búsqueda la palabra “Happylegs” o la frase “La máquina de andar sentado”, en la lista de resultados aparece referenciada la página web de Eye Inversiones en la que se ofrece *on-line* un aparato para ejercitar las piernas que la reclamada también comercializa llamado Legxercise.
- ii) Utilización de la marca registrada “Quien mueve las piernas, mueve el corazón” en la página *web* de la reclamada en la que se promueve un aparato para ejercitar las piernas llamado “Legxercise”, similar al que la reclamada también comercializa.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad reclamada**”.

3. Según expone en su escrito de reclamación, Autoergon considera que la Publicidad reclamada es ilícita, pues Autoergon es titular de las marcas nº 011383288 “Happylegs” y nº 2445745 “La máquina de andar sentado”, por lo que el uso de estas marcas de las que la reclamante es titular, como palabras clave en el buscador de



Google constituye un uso indebido de dichas marcas por parte de la entidad reclamada. Como prueba de ello el reclamante aporta pantallazo de dos búsquedas en google con la palabra “Happylegs”, donde se obtiene como uno de los resultados la página web [www.teletiendairecto.com](http://www.teletiendairecto.com) propiedad de la reclamada.

Asimismo, Autoergon pone de manifiesto que Eye Inversiones está usando la marca registrada nº 24547332 “Quien mueve las piernas, mueve el corazón”, de la que Autoergon es titular, en la ficha de producto del artículo “Legxercise”, situada dentro de la página web de la reclamada [www.teletiendairecto.com](http://www.teletiendairecto.com) para vender un producto similar. El reclamante aporta pantallazo de la ficha del producto Legxercise donde consta entre la descripción del producto la mención “Quien mueve las piernas, mueve el corazón”.

Por ello, Autoergon solicita al Jurado que Eye Inversiones deje de utilizar las marcas comerciales de las que Autoergon es titular para anunciarse en Google así como que se elimine de la ficha del artículo “Legxercise” el eslogan “Quien mueve las piernas, mueve el corazón”.

4.- Trasladada la reclamación a Eye Inversiones, esta compañía no ha presentado escrito de contestación.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Así planteados los términos de la presente controversia, debemos diferenciar los dos supuestos de hecho que este Jurado debe analizar.

En primer lugar y en relación a la utilización de la palabras clave “Happylegs” y la frase “La máquina de andar sentado” en motores de búsqueda como google, estas conductas deben ser analizadas conforme a lo establecido en el artículo 8 del Código Ético de Confianza Online, (en lo sucesivo “**Código de Confianza Online**”), el cual dispone en su apartado primero lo siguiente: *“La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia deberá respetar los derechos de propiedad intelectual e industrial de terceras personas distintas del anunciante. En particular, en Internet, no se admite la introducción en el código fuente de nombres ocultos (metanames) que coincidan con marcas, nombres, rótulos o denominaciones de empresas o servicios sobre los que no se ostente la titularidad o una autorización de uso”.*

2.- En el caso que nos ocupa, Autoergon imputa a la reclamada la utilización como términos clave de las denominaciones “Happylegs” y “La máquina de andar sentado”, que se corresponden con marcas registradas.

En lo que respecta a la marca “Happylegs”, la reclamante ha acreditado, a través de la aportación de dos imágenes, que tras introducir el término “Happylegs” en el buscador de internet aparecen, junto a los resultados de búsqueda, varios enlaces patrocinados de la página web [www.teletiendairecto.com](http://www.teletiendairecto.com) de la que es titular la



reclamada, y que no guarda relación con la marca registrada “Happylegs”, sino que remite a un producto similar a “Happylegs”, denominado “Legxercise”.

Por consiguiente, en este punto el Jurado debe estimar la reclamación presentada y concluir que la conducta reclamada consistente en el uso de la marca “Happylegs” por parte de Eye Inversiones resulta incompatible con el artículo 8 del Código Ético de Confianza Online.

3.- Sin embargo, en lo que afecta a la marca “La máquina de andar sentado”, la reclamante no ha aportado prueba alguna en relación a la utilización por parte de Eye Inversiones de dicha marca para promocionar sus productos.

A este respecto cabe recordar que el artículo 13.1 del Reglamento del Jurado de la Publicidad establece que: *“1.- Toda reclamación sobre infracción de códigos éticos o normas de conducta publicitaria deberá hacerse por escrito. En el mismo se harán constar: (...) c) Los hechos constitutivos de la eventual infracción que se denuncia y la correspondiente petición. d) Al escrito se acompañarán los documentos y pruebas que corroboren los hechos”*.

De tales preceptos se desprende que el reclamante debe alegar ante el Jurado tanto los hechos que motivan su reclamación como los medios de prueba que corroboran tales hechos.

Pues bien, en el caso que nos ocupa, este Jurado debe aclarar que Autoergon en su escrito de reclamación ha detallado que al introducir el término “La máquina de andar sentado” en un motor de búsqueda aparecen otros productos que no se corresponden con los del reclamante, sino con productos similares. Sin embargo, dado que no ha acompañado tal petición de ningún documento o prueba que sustente tal hecho, este Jurado debe desestimar la reclamación en aquella parte que se refiere a la utilización de dicho término.

4.- Finalmente y en relación al segundo de los supuestos de hecho, esto es la utilización de la mención “Quien mueve las piernas mueve el corazón” por parte de Eye Inversiones en su página web como parte de la descripción de su producto Legxercise, es necesario en primer lugar atender nuevamente a la primera parte del artículo 8.1 del Código de Confianza Online, que dispone lo siguiente: *“La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia deberá respetar los derechos de propiedad intelectual e industrial de terceras personas distintas del anunciante (...)”*.

En el mismo sentido, la norma 20 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (**en lo sucesivo, el “Código de Autocontrol”**), establece, en su apartado primero que: *“La publicidad no deberá contener ni explícita ni implícitamente referencias a los signos distintivos de otro anunciante, fuera de los casos legal o convencionalmente admitidos o de publicidad comparativa aceptable”*.



En este sentido, Autoergon también ha acreditado, a través de la impresión de una pantalla de la página *web* de la reclamada, en la que se promueve un aparato para ejercitar las piernas, identificado con el signo distintivo “Legxercise”, que entre las alegaciones publicitarias relativas a este producto se incluye una referencia a la frase “quien mueve las piernas mueve el corazón”, frase que se corresponde con una marca registrada.

Pues bien, a la vista de las pruebas aportadas, y a juicio de este Jurado, esta segunda conducta reclamada resulta incompatible con el artículo 8 del Código de Confianza Online y con la norma 20.1 del Código de Autocontrol, pues la publicidad reclamada contiene una referencia explícita a una marca ajena registrada que se encuentra fuera de los supuestos en los que la Ley de Marcas permite su uso y en ningún caso dicho uso puede calificarse de publicidad comparativa lícita.

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

#### **ACUERDA**

**1.-** Estimar parcialmente la reclamación presentada por Autoergon 2002, S.L. contra la conducta de la que es responsable la mercantil Eye Inversiones, S.L.

**2º.-** Declarar que la conducta reclamada descrita en el fundamento deontológico segundo infringe el artículo 8.1 del Código Ético de Confianza Online.

**3º.-** Declarar que la conducta reclamada descrita en el fundamento deontológico cuarto infringe el artículo artículo 8.1 del Código Ético de Confianza Online y la norma 20.1 del Código de Autocontrol.

**4º.-** Instar al anunciante el cese de las conductas reclamadas.