



ASUNTO Nº: 103/R/JUNIO 2017
Autoergon 2002, S.L. (Confianza Online)
vs.
United Deals and Brands 2011, S.L.

En Madrid, a 21 de junio de 2017, reunida la Sección Tercera 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 United Deals and Brands 2011, S.L. emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 7 de junio de 2017, 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 United Deals and Brands 2011, S.L. (en lo sucesivo, “**United Deals and Brands**”).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en internet. Consiste en una página *web* con un nombre de dominio en el que se utilizan las menciones “Máquina de andar sentado” y “Easylegs” y en la cual se vende un aparato de similares características al que vende Autoergon (en lo sucesivo, la “**Publicidad reclamada**”).

3. Según expone en su escrito de reclamación, Autoergon considera que dicha conducta contraviene el Código Ético de Confianza Online. Y ello, según indica, por razón de que la reclamada está utilizando en el enlace link de su página web la marca registrada nº 2445745 “La máquina de andar sentado”, de la que ella es titular. Asimismo, la reclamante alega que la utilización del término “Easylegs” similar a su marca registrada “Happylegs” genera confusión en el consumidor y supone un aprovechamiento de su esfuerzo y reputación.

Por ello, Autoergon solicita al Jurado que requiera a United Deals and Brands que retire del enlace link de su web la marca comercial “máquina de andar sentado”.

4.- Traslada la reclamación a United Deals and Brands, esta compañía ha presentado escrito de contestación. En él reconoce utilizar en su url o link de su página web la denominación de la reclamante “máquina de andar sentado”. No obstante, la reclamada indica que, aunque la reclamante tiene registrado el slogan publicitario, no



tiene un título de propiedad industrial que esté siendo perjudicado por la actividad descrita. En todo caso, la reclamada afirma que, para evitar generar confusión en el usuario, ha solicitado la retirada de dicha dirección web y ha requerido a google para que la retire de las búsquedas en su página.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al pronunciamiento sobre el fondo del asunto, debemos referirnos a lo dispuesto en el artículo 13.2 del Reglamento del Jurado de Autocontrol, que establece que: *“(...) Tampoco se tramitarán aquellas reclamaciones que el reclamado acepte, siempre que éste se comprometa por escrito a cesar de manera definitiva la difusión de la comunicación comercial cuestionada”*.

Pues bien, en el caso que nos ocupa, si bien la reclamada ha indicado estar realizando los trámites necesarios para cesar en la utilización de la dirección web reclamada, lo cierto es que ésta no ha aceptado la reclamación y por lo tanto no resulta de aplicación el artículo anteriormente transcrito y le corresponde pronunciarse al Jurado de Autocontrol.

2.- Así planteados los términos de la presente controversia, dos son los extremos sobre los que el Jurado ha de pronunciarse. En primer término, el uso por parte de la reclamada de la expresión “la máquina de andar sentado” en el enlace link de su página web. Y, por otro lado, el uso, también por parte de la reclamada, de la mención “Easylegs”.

3.- El primero de estos dos aspectos debe ser analizado conforme a lo establecido en el artículo 8 del Código Ético 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”*.

4.- En el caso que nos ocupa, el reclamante invoca el registro previo de la marca “La máquina de andar sentado”. Por otro lado, 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 de similares características al producto que ella comercializa, que en el enlace link o dominio de la misma se utiliza la mención “máquina de andar sentado”.

En consecuencia con lo anterior, atendiendo única y exclusivamente a los datos y pruebas obrantes en el expediente, la Sección ha de concluir que la publicidad reclamada y, en concreto, el uso en la misma de la mención “La máquina de andar sentado”, resulta incompatible con el artículo 8 del Código Ético de Confianza Online.

5.- En su escrito de reclamación, la reclamante también plantea la eventual colisión entre su marca Happylegs y el término Easylegs empleado en la publicidad



reclamada. Sin embargo, es evidente que el análisis de esta cuestión implicaría un análisis de la confundibilidad entre ambas marcas. Dicho con otros términos, el análisis de esta segunda cuestión exigiría el examen del eventual riesgo de confusión entre el signo Easylegs y la marca registrada "Happylegs", de la cual es titular la reclamante. Mas resulta evidente que el análisis del riesgo de confusión entre dos signos distintivos es una cuestión propia del Derecho de Marcas que excede las competencias propias de este Jurado, limitadas al análisis de la corrección deontológica de los anuncios publicitarios.

Por las razones expuestas, la Sección Tercera 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 United Deals and Brands 2011, S.L.

2º.- Declarar que el uso en la publicidad reclamada de la expresión "la máquina de andar sentado" infringe el artículo 8 del Código Ético de Confianza Online.

3º.- Instar al anunciante la rectificación de la conducta reclamada.