



**ASUNTO Nº: 102/R/JUNIO 2017**  
**Autoergon 2002, S.L. (Confianza Online)**  
**vs.**  
**Groupon Spain, S.L.U.**

En Madrid, a 29 de junio de 2017, reunida la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Berenguer Fuster 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 empresa Groupon Spain S.L.U., 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 empresa Groupon Spain S.L.U.

2.- La reclamación se formula contra una publicidad difundida en internet y, en particular, en la página web de la reclamada. En ella, aparece el signo distintivo “Easylegs: máquina o aparato de andar sentado”, tanto como objeto de un vínculo para identificar los productos promovidos por ella (un aparato para ejercitar las piernas), que son similares a los productos para los cuales la reclamada tiene registrada como marca ese signo, como para describir tales productos.

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, Autoergon considera que la Publicidad reclamada contraviene el Código Ético de Confianza Online. Y ello, según indica, por razón de que la reclamada está infringiendo las marcas registradas “La máquina de andar sentado” y “Happylegs” – de las que es titular la reclamante-, puesto que las está utilizando tanto como objeto de un vínculo para identificar los productos promovidos por la reclamada, que son similares a los productos para los cuales la reclamante las tiene registradas, como para describir tales productos, lo cual, a juicio de la reclamante, crea confusión y supone un aprovechamiento de su esfuerzo y reputación.

Por todo ello, Autoergon solicita al Jurado que declare contraria al Código Ético de Confianza Online la Publicidad reclamada y requiera a Groupon Spain S.L.U. su cese.



4.- Traslada la reclamación a Groupon Spain S.L.U., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él mantiene que la reclamada no ha aportado prueba que acredite que es titular de las marcas “Happylegs” y “La máquina de andar sentado” ni tampoco que muestre que Groupon Spain S.L.U., se ha aprovechado del esfuerzo y reputación de la reclamante y ha actuado de mala fe. En todo caso, según sostiene la reclamada en su escrito, no puede estimarse la existencia de un riesgo de confusión entre la marca “Happylegs” e “Easylegs” apto para inducir a error al consumidor medio, pues, siempre al entender de la reclamada, se trata de vocablos que presentan diferencias considerables y cualquier consumidor con un conocimiento medio de la lengua inglesa tras el término “Easylegs” evocará la expresión “Piernas fáciles”. Finalmente, la reclamada pone en conocimiento de este Jurado, que ha procedido a retirar la oferta de los productos controvertidos, sin que ello suponga un reconocimiento por parte de Groupon Spain S.L.U., de una infracción de derechos de propiedad industrial ni de la existencia de un acto de competencia desleal.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- 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”. Y, por otro lado, el uso, también por parte de la reclamada, de la mención “Easylegs”.

2.- 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”*.

3.- 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 aportación de unas imágenes, que en la publicidad reclamada figura dicha mención tanto como objeto de un vínculo para identificar los productos promovidos, como para describir tales productos.

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.

4.- 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 Sexta del Jurado de Autocontrol

#### **ACUERDA**

**1.-** Estimar parcialmente la reclamación presentada por Autoergon 2002, S.L. contra la publicidad de la que es responsable la empresa Groupon Spain S.L.U.

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

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