

Full title of case	Telefónica Móviles España, S.A.U. vs. Vodafone España, S.A.U. “Compromiso Cobertura 3G”
Title of relevant section	Summary
Introduction	Resolución de 19 de enero de 2012, de la Sección Sexta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por la compañía Telefónica Móviles España, S.A.U., contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España, S.A.U. La Sección Sexta declaró que la publicidad reclamada no contravenía las normas 14 (Principio de Veracidad), 21 (Denigración), ni 22 (Comparaciones) del Código de Conducta Publicitaria. Frente a dicha resolución Telefónica Móviles España, S.A.U., interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 9 de febrero de 2012.
Summary	Resumen de la resolución Telefónica Móviles España, S.A.U. vs. Vodafone España, S.A.U. “Compromiso Cobertura 3G” Resolución de 19 de enero de 2012, de la Sección Sexta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por la compañía Telefónica Móviles España, S.A.U. (Telefónica), contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España, S.A.U. (Vodafone). La reclamación se formula frente a un anuncio televisivo y un anuncio de publicidad exterior. En el primer anuncio aparece un hombre de escasa estatura junto a otro muy alto en la montaña. El hombre alto tiene cobertura 3G en su teléfono mientras que el otro no. El chico bajito pregunta: “¿tú puedes navegar?”. El alto contesta: “Claro, es que yo tengo Vodafone”. Entonces se escucha en off el pensamiento del chico de corta estatura: “Con Vodafone cobertura aquí, yo con mi compañía no. Ay, otra vez esos 50 centímetros que nos separan. En el baloncesto, después el carné que a mí me pedían en la disco y a ti no. Me tuve que dejar este ridículo bigote. Y las chicas nos decían: preséntanoslo, qué alto es. Y ahora resulta que a estas alturas tienes cobertura”. Para alcanzar cobertura se sube a una piedra. Finalmente, un locutor dice: “Entendemos que no te lo creas, pero en Vodafone ofrecemos la mayor cobertura 3G porque cubrimos el 90% de la población”. Por su parte, el segundo anuncio consiste en una cartela en la que consta la alegación: “Compromiso Vodafone mejor conectado. El 90% de la población tiene mayor cobertura 3G”. La Sección entendió en primer lugar que la publicidad reclamada no constituye un supuesto de publicidad comparativa en el sentido de la Norma 22 del Código de Conducta Publicitaria. A su juicio, no cabe afirmar en este supuesto que la referencia a los competidores sea suficientemente inequívoca, de suerte que permita a un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz identificar al competidor o competidores a los que se alude en la comparación. Sentado lo anterior, concluye el Jurado que no se contraviene la Norma 21 del Código de Conducta. En este sentido explica la Sección que con la elección de los protagonistas del anuncio, de diferentes características físicas, no se pretende simbolizar ni ridiculizar a compañías competidoras. Al contrario, entiende el Jurado que la publicidad analizada pretende representar una situación cómica en la que, ante la diferencia de cobertura, uno de los protagonistas achaca esta circunstancia a la diferencia de altura con el otro protagonista, y no al hecho de contar con distintas compañías telefónicas. Por último, el Jurado concluye que el mensaje empleado por la compañía reclamada en su publicidad (“Entendemos que no te lo creas, pero en Vodafone ofrecemos la mayor cobertura 3G porque cubrimos el 90% de la población”), no resulta engañoso, y por tanto no se vulnera la Norma 14 del Código de Conducta Publicitaria, ya que, a pesar de que Telefónica asegura alcanzar un 95% de cobertura 3G, el método de medición empleado es distinto al empleado por Vodafone para obtener el dato del 90% de cobertura alegado en su publicidad. Y si bien en el Informe aportado por la reclamante consta el porcentaje de

	cobertura que obtendría Telefónica aplicando el método del que parte su estudio, no consta en el Informe el porcentaje de cobertura que obtendría Vodafone con idéntico método de análisis.
Section II	Recurso de Alzada
Appeal	Frente a dicha resolución Telefónica Móviles España, S.A.U., interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 9 de febrero de 2012. El Pleno consideró, sin embargo, que la publicidad reclamada, en contra de lo afirmado por la Sección, constituye un supuesto de publicidad comparativa, aunque tal conclusión no afecta a las conclusiones alcanzadas por la Sección en relación con la inexistencia de denigración y engaño..