

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN

Reclamante	Repsol, S.A.
Reclamado	Iberdrola Clientes, S.A.U.
Nombre del asunto	Aerothermia. TV/Radio
Nº de asunto	41/R/MARZO 2024
Fase del proceso	Primera Instancia
Órgano	Sección Tercera
Fecha	8 de abril de 2024

En Madrid, a 8 de abril de 2024, reunida la Sección Tercera del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>a</sup> Pilar Martín Aresti, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por Repsol S.A. en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Iberdrola Clientes, S.A.U., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 13 de marzo, Repsol S.A. (en adelante, “**Repsol**”) presentó una reclamación en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Iberdrola Clientes S.A.U., (en adelante, “**Iberdrola**”).
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en televisión y radio en la que se promociona la aerothermia de Iberdrola.

En las piezas publicitarias de televisión reclamadas se escuchaba la siguiente locución: “¿Sabías que el Consejo Europeo obligará a España a la eliminación gradual de las calderas de gas [y gasoil]? [Pues] Iberdrola, que lleva más de 20 años apostando por las energías renovables te lo pone muy fácil, se ocupa de cambiar tu caldera por aerothermia y que tengas calefacción, agua caliente y refrigeración en un solo equipo; instala ahora aerothermia y ahorra 1.000 euros; únete a las energías limpias de la mano de un líder mundial; Iberdrola por ti, por el planeta.”.

Por su parte, en las de radio se escuchaba: “El Consejo Europeo obligará a España a la eliminación gradual de las calderas de gas y gasoil. En Iberdrola, nos ocupamos de todo para cambiar tu caldera por aerothermia, y ahorra mil euros. Únete a las energías limpias de la mano de un líder mundial. Iberdrola, por ti, por el planeta. Empresa colaboradora con el programa Universo Mujer”

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, Repsol considera que la Publicidad reclamada resulta contraria al principio de veracidad, y, por tanto, contraria a la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en lo sucesivo, el “Código de AUTOCONTROL”).

En primer lugar, el reclamante sostiene que la Publicidad reclamada resulta engañosa en tanto ni la Directiva (UE) 2023/1791 del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de septiembre de 2023 relativa a la eficiencia energética y por la que se modifica el Reglamento (UE) 2023/955, ni la Propuesta de Directiva relativa a la eficiencia energética de los edificios (en adelante, la “**Propuesta de Directiva de eficiencia energética de los edificios**”), determinan la prohibición de las “*calderas de gas*” ni su obligatoria sustitución por aerotermia. Es por ello, que considera que la Publicidad reclamada lanza un reclamo falso, sobre información de fondo que no es fácilmente accesible para un consumidor medio y a mayor abundamiento, señala que la reclamada ni tan siquiera identifica la normativa aplicable que sustenta dicha afirmación, ni tampoco facilita el acceso a una mínima información explicativa adicional, teniendo en consideración, además, la complejidad de su tramitación, aplicabilidad y contenido técnico.

Según expone, sería susceptible de alterar el comportamiento del consumidor a la hora de sustituir la caldera, al basar su decisión, en lo que a su entender es información falsa dirigida manifiestamente a favor de los intereses de la reclamada.

En segundo lugar, manifiesta que en determinados anuncios se utilizan elementos destinados a reforzar la sensación de veracidad, seriedad y objetividad del mensaje. En concreto, para las telepromociones, señala que se recrea el formato de espacio informativo siendo además el prescriptor el propio presentador del programa en el que se inserta la creatividad, evitando el formato publicitario de spot dentro de un bloque publicitario que pudiera descontextualizar el mensaje y el uso de actores que relajarían, en su opinión, la percepción de veracidad. Por otra parte, en las cuñas de radio se inicia simulando corte de noticia de última hora, que traslada al consumidor que es una noticia real, y sólo al final de la publicidad reclamada se asocia la mismas con la oferta objeto de publicidad.

En tercer lugar, señala que a su entender la publicidad reclamada ha sido concebida para transmitir una percepción de necesidad y urgencia de acometer un cambio de manera inmediata en el sistema de calefacción y agua caliente como consecuencia de una presunta obligación legal, que ni es urgente ni tan siquiera existe.

Por último, la reclamante manifiesta que ni la Directiva de Eficiencia Energética ni la más específica Propuesta de Directiva de eficiencia energética de los edificios establecen el fin de las “*calderas de gas*”, como se afirma en la Publicidad reclamada, y que por tanto sería engañosa. En este sentido, señala que la Propuesta de Directiva de eficiencia energética de los edificios, además, es una norma programática, que no establece obligaciones de aplicación directa ni inmediata a los estados miembros. Además, señala que el objetivo de medidas y políticas no está dirigida a las calderas sino a los combustibles que alimentan a las mismas.

4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo en el que se opone a las pretensiones.

En primer lugar, señala que la campaña se limita a reproducir el contenido de la Propuesta de Directiva de eficiencia energética de los edificios y que la Unión Europea (en adelante, UE) se ha

comprometido a la neutralidad climática de aquí a 2050. En este sentido, afirma que la UE persigue la eliminación gradual de las calderas de combustibles fósiles con miras a una eliminación completa en el año 2040.

Por otra parte, manifiesta que el mensaje incluido en la campaña “*el Consejo Europeo obligará a España a la eliminación gradual de las calderas de gas y gasoil*”, es menos categórico que el mensaje que publica el propio Parlamento Europeo en su nota de prensa de 12 de marzo anunciando la aprobación por su parte de la citada Directiva. En este sentido, alega que se limita a reproducir la intención de la UE de eliminar, gradualmente, este tipo de calderas y a ofrecer una alternativa con la que anticiparse al consumidor.

En segundo lugar, expone que la publicidad no difunde el mensaje atribuido por la reclamante sobre “*el fin de las calderas de gas*”, sino que el mensaje de la publicidad reclamada coincide con el divulgado por la UE y que recoge distintos medios de comunicación.

En relación con el primer punto, pone de manifiesto que la publicidad no afirma categóricamente el fin de las calderas de gas, sino que únicamente se habla el requerimiento futuro por parte del Consejo Europeo para la eliminación gradual de las calderas de gas y gasoil. No siendo la misma afirmación “*fin de las calderas*”, que la reclamante atribuye al reclamado, que la “*eliminación gradual*” de las mismas, que es el mensaje efectivamente lanzado en la publicidad reclamada.

En relación con el segundo punto, sobre la incorrecta interpretación de la normativa, señala una vez más, que no existe tal interpretación, sino una reproducción literal del contenido de la normativa comunitaria en tramitación que actualmente se encuentra aprobada por el Parlamento Europeo, a falta de su ratificación por el Consejo Europeo y posterior publicación en el Diario Oficial de la UE. Asimismo, el mensaje emitido en la publicidad está totalmente alineado con la interpretación que los medios de comunicación realizan en relación con el Proyecto de Directiva de Eficiencia Energética de Edificios. Por lo que, a su entender, existe consenso social sobre la futura eliminación gradual de este tipo de calderas en un horizonte más o menos cercano, tal y como se indica en la Publicidad reclamada.

## II. Fundamentos deontológicos.

1. A la vista de los términos en los que ha sido planteada la reclamación, esta Sección debe resolver la misma a la luz de la norma 14 del Código de AUTOCONTROL, que recoge el principio de veracidad en los siguientes términos:

*“14.1. Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. Se entiende por publicidad engañosa aquélla que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos: (...) b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio. (...)*

*14.2. Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omita información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión sobre su comportamiento económico con el debido*

*conocimiento de causa, y que por esta razón pueda distorsionar de forma significativa su comportamiento económico. (...)*

2. Para analizar el mensaje que traslada la Publicidad reclamada, conviene recordar que, con el objetivo de promocionar sus calderas de aerotermia, Iberdrola incluye en su publicidad literalmente las siguientes alegaciones: en relación con su publicidad televisiva, *“¿Sabías que el Consejo Europeo obligará a España a la eliminación gradual de las calderas de gas (...)”*, mientras que en su campaña de radio indica *“El Consejo Europeo obligará a España a la eliminación gradual de las calderas de gas y gasoil”*.

En este sentido, se puede afirmar que la publicidad traslada un mensaje claro: el Consejo Europeo obligará a España a la eliminación gradual de las calderas de gas (y gasoil).

3. Para poder comprobar la veracidad de dicho mensaje, este Jurado considera necesario llevar a cabo dos comprobaciones.

En primer lugar, si la normativa que supuestamente regula la eficiencia energética de los edificios y que Iberdrola ha tenido en consideración a la hora de configurar su publicidad, había sido efectivamente aprobada cuando se difundió la publicidad o si actualmente ha alcanzado ese punto del procedimiento.

Por otra parte, esta Sección también considera oportuno analizar la citada normativa para valorar el alcance las afirmaciones incluidas en la Publicidad reclamada y las observaciones realizadas por Repsol acerca de que las posibles medidas que se adopten no tendrán como objetivo las calderas de gas, en sí mismas consideradas, sino los combustibles fósiles que se pueden utilizar en ellas.

4. Así las cosas, tal y como señala Repsol en su reclamación y reconoce la propia reclamada en su escrito de contestación, la citada Propuesta de Directiva relativa a la eficiencia energética de los edificios es una norma todavía en proceso de aprobación definitiva. Si bien el texto ha sido aprobado en primera lectura por el Parlamento Europeo, todavía sigue en proceso de debate por el Consejo de la UE. Tratándose de una norma cuya tramitación sigue el procedimiento legislativo ordinario, consideramos oportuno recordar que, de conformidad con el artículo 294 del Tratado de Funcionamiento de la UE, tras la aprobación en primera lectura por parte del Parlamento Europeo, la propuesta se envía al Consejo. A partir de este momento, el Consejo podría aprobar la posición del Parlamento (en cuyo caso el acto se consideraría adoptado) o podría no aprobarlo (en cuyo caso, adoptaría su propia posición y se la transmitiría de vuelta al Parlamento). En virtud de lo anterior, resulta evidente que la norma (Directiva) a la que Iberdrola se refiere en su publicidad, todavía no se encuentra aprobada.

A mayor abundamiento, según hace constar la propia reclamada en su escrito de contestación, la aprobación por parte del Parlamento se produjo el pasado 12 de marzo. Teniendo en cuenta que la reclamación fue presentada por Repsol el día 12 de marzo y la Publicidad reclamada fue difundida durante el mes de febrero, las afirmaciones ahora en disputa fueron transmitidas a los consumidores basándose en un Proyecto de Directiva que todavía no había siquiera sido aprobado por el Parlamento Europeo en primera lectura.

5. Por otra parte, esta Sección debe analizar la segunda circunstancia que avanzábamos que resulta necesario valorar para considerar la veracidad de la Publicidad reclamada.

En este sentido, es preciso recordar que el mensaje reclamado es muy claro y, en resumidas cuentas, señala que en España será obligatorio eliminar gradualmente las calderas de gas y gasoil.

A este respecto, Repsol señala que las medidas y políticas que se adoptarán no van dirigidas a las calderas, sino a los combustibles fósiles que puedan alimentar las mismas. Adicionalmente, añade la reclamante que la Propuesta de Directiva ya aclara que determinados tipos de gas no se consideran combustibles fósiles, sino que son “energía procedente de fuentes renovables no fósiles” y en éstas se encontrarían la biomasa, los gases de vertedero y de plantas de depuración y el biogás. Por último, concluye afirmando que existen calderas en el mercado de uso residencial, susceptibles de funcionar empleando energías renovables, tales como el biogás-biometano.

Por su parte, Iberdrola alega que la Publicidad reclamada no induce a error, pues reproduce incluso de forma menos categórica el mensaje publicado por el propio Parlamento Europeo y que fue también recogido en los mismos términos por diferentes medios de comunicación. Por lo tanto, en su opinión, únicamente reproducen la intención de la UE de eliminar gradualmente las calderas de gas y ofrecen una opción al consumidor para anticiparse a este escenario.

6. Pues bien, este Jurado ha tenido la oportunidad de analizar la Propuesta de Directiva de eficiencia energética de los edificios y comprobar que, si bien es cierto que hace alusión al esfuerzo que los Estados Miembros deberán hacer por sustituir determinadas calderas, no se refiere a éstas como “calderas de gas” o “calderas de gas y gasoil”, sino a “calderas de combustibles fósiles”.

A mayor abundamiento, como indicábamos, Repsol afirma que existen calderas en el mercado de uso residencial, susceptibles de funcionar empleando energías renovables, tales como el biogás-biometano. Esta afirmación, por lo demás, no ha sido contradicha por Iberdrola.

Por consiguiente, debe afirmarse el carácter engañoso de una afirmación según la cual deberá procederse a una eliminación gradual de las calderas de gas, pues -aun cuando la norma fuera definitivamente aprobada en sus términos actuales- afectaría, no a las calderas de gas, sino a los combustibles fósiles y -por ende- a las calderas que únicamente puedan utilizar gas de origen fósil. La norma, en consecuencia, no implicaría la eliminación de las calderas de gas que puedan utilizar gas que no sea de origen fósil.

Frente a estos argumentos, por lo demás, no parece suficiente alegar que la Publicidad reclamada se limita a reproducir el contenido del Proyecto de Directiva relativa a la eficiencia energética de los edificios y que incluso la nota de prensa del Parlamento Europeo era más categórica. En efecto, la publicidad transmite un mensaje sobre lo que implicará la normativa comunitaria para las calderas de gas. Y parece evidente que, al determinar la veracidad del mensaje transmitido, éste deberá ser contrastado con la propia norma -actualmente en tramitación- y no con la forma en que su alcance y contenido haya sido transmitido a los medios de comunicación por las distintas partes implicadas en su aprobación.

7. Una vez llegados a este punto, conviene recordar que es doctrina constante del Jurado interpretar la citada norma 14 del Código de AUTOCONTROL en el sentido de que para calificar un anuncio como engañoso, éste debe ser apto para generar falsas expectativas en el público

destinatario.

Así las cosas, teniendo en cuenta que la Publicidad reclamada afirma claramente que se obligará a España a la eliminación gradual de las calderas de gas y para ello ha quedado acreditado que el anunciante se ha basado en una norma no aprobada definitivamente y el contenido de la misma no recoge exactamente lo afirmado en la publicidad, el mensaje sería apto para inducir a error al consumidor medio y, por lo tanto, engañoso.

En efecto, parece evidente que, en ausencia de mayor información o matización, una pieza publicitaria que informa acerca de obligaciones legales futuras será interpretada por un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz como información acerca de una norma efectivamente aprobada y vigente. Es decir, en otras palabras, considerará que la obligación gradual a la que se refiere la Publicidad reclamada ya ha comenzado. Y, como ha quedado evidenciado en los Fundamentos Jurídicos anteriores, el Proyecto no ha sido de momento aprobado definitivamente y, en el momento de difundir la Publicidad reclamada, ni siquiera había sido aprobado en primera lectura por el Parlamento Europeo.

Igualmente, en ausencia de mayor información o matización, un consumidor medio extenderá las supuestas obligaciones a las calderas en sí mismas consideradas. En otras palabras, concluirá que en cualquier caso deberá sustituir su instalación, cuando lo cierto es que del texto del Proyecto y de las alegaciones de Repsol, que no han sido contradichas por la parte reclamante, podría haberse entendido que estas mismas calderas podrán ser utilizadas con otro tipo de combustibles no fósiles.

8. Así las cosas, y a la vista de las anteriores consideraciones, esta Sección ha de confirmar la existencia de una vulneración de la norma 14 del mencionado Código de AUTOCONTROL.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Tercera del Jurado de AUTOCONTROL

## ACUERDA

1. Estimar la reclamación presentada por Repsol, S.A. contra la publicidad de la que es responsable Iberdrola Clientes, S.A.U.
2. Declarar que la Publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.
3. Instar a Iberdrola Clientes, S.A.U. la rectificación de la Publicidad reclamada.
4. Imponer a Iberdrola Clientes, S.A.U., el pago de las tasas que eventualmente pudieran devengarse ante AUTOCONTROL, por la tramitación del presente procedimiento, conforme a las tarifas aprobadas por los órganos directivos de AUTOCONTROL.