

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN

Reclamante	Iberdrola Clientes, S.A.U.
Reclamado	Repsol, S.A.
Nombre del asunto	100% Renovable. TV/Prensa/Internet
Nº de asunto	09/R/ENERO 2024
Fase del proceso	Primera Instancia
Órgano	Sección Primera
Fecha	4 de abril de 2024

TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 4 de abril de 2024, reunida la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Julio Costas Comesaña, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por Iberdrola Clientes, S.A.U., en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Repsol, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 19 de enero, Iberdrola Clientes, S.A.U. (en adelante, “Iberdrola”) presentó una reclamación en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Repsol, S.A., (en adelante, “Repsol”).
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en televisión, prensa e internet en la que se promocionan los nuevos combustibles renovables de Repsol.

En las piezas publicitarias reclamadas se podían leer las siguientes alegaciones: “La calidad de Repsol ahora 100 % renovable. A partir de residuos orgánicos. Ya disponible en más de 50 estaciones de servicio ya final de año en 600”; “Nuevos combustibles 100 % renovables de Repsol”.

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, Iberdrola 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, indica que la Publicidad reclamada es engañosa o idónea para inducir a error, en tanto a su parecer genera la impresión de que toda la actividad y productos de dicha compañía, ahora son 100% renovables, cuando lo cierto es que la mayor parte de ellos son de origen fósil y por tanto no son renovables. Esta circunstancia, en opinión de Iberdrola, es susceptible de alterar el comportamiento del consumidor a la hora de adquirir sus productos, porque constituye una variable relevante en la percepción del reclamado por parte del consumidor como una empresa sostenible.

Por otro lado, expone que la afirmación de que un combustible es 100% renovable o de forma extensiva a que la calidad general de Repsol es 100% renovable, puede llevar a engaño al consumidor ya que no se detalla el cumplimiento de los criterios de sostenibilidad de la Directiva (UE) 2023/2413 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de octubre de 2023, por la que se modifican la Directiva (UE) 2018/2001, el Reglamento (UE) 2018/1999 y la Directiva 98/70/CE en lo que respecta a la promoción de la energía procedente de fuentes renovables y se deroga la Directiva (UE) 2015/652 del Consejo (en adelante, **Directiva de Renovables “RED”**) en cuanto a procedencia y reducción mínima de emisiones. Puesto que la publicidad reclamada divulgada por el reclamado no incluye una información mínima para que se pueda comprobar, o siquiera considerar, si dichos productos pueden denominarse combustible 100% renovable. Es decir, no se facilita ninguna información que permita determinar que el origen de esos combustibles que se publicitan sea 100% renovable.

Por último, manifiesta que falta veracidad en las características del producto promocionado, en tanto, por un lado, no se pueden suministrar a todos los vehículos del parque, sino solo a aquellos compatibles con combustible XTL, en el caso de los vehículos diésel, y E10, en el caso de los vehículos de gasolina. Por el contrario, Iberdrola considera que la Publicidad reclamada da a entender que los combustibles promocionados pueden utilizarse de manera universal por cualquier tipo de vehículo de combustión. Por otro, no se informa de que los resultados que puedan esperarse de la utilización del combustible promocionado difieren en gran medida de los resultados que el consumidor pudiera esperar de un combustible tradicional o fósil, siendo así porque el consumo energético de estos combustibles renovables es entre un 50 y un 100% superior al combustible tradicional.

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

En primer lugar, el reclamado expone que la reclamación únicamente incluye dos capturas de pantalla de la campaña publicitaria, de modo que las mismas son presentadas de manera parcial, sesgada y fuera del necesario contexto para la correcta comprensión del mensaje que se ha transmitido en la campaña. Repsol considera que la publicidad reclamada no traslada un mensaje según el cual la característica 100% renovable se predica de la totalidad de Repsol, sino que la campaña tiene un mensaje claro e inequívoco relativo únicamente a los “combustibles 100% renovables”. En este sentido, Repsol alega que el eslogan de la campaña es claramente “*con los combustibles 100% renovables de Repsol algo nuevo te mueve*”. Adicionalmente, Repsol afirma que en las piezas publicitarias de su campaña se añade la mención “Ya disponibles en más de 50 estaciones y al final del año en 600”. La reclamada aporta las diferentes piezas publicitarias que componen la campaña para poder acreditar este extremo.

En relación con la falta de acreditación del cumplimiento de los criterios de sostenibilidad de la Directiva de Renovables “RED”, la reclamada asevera que está demostrado y es verificable que los combustibles objeto de la campaña son 100% renovables.

A este respecto, Repsol señala que, de conformidad con la Directiva RED, los combustibles renovables incluye a los biocarburantes, biolíquidos, combustibles de biomasa y combustibles renovables de origen no biológico. Adicionalmente, según la misma Directiva, los biocarburantes se definen como combustibles líquidos destinados al transporte y producidos a partir de biomasa, estando la biomasa compuesta por residuos y desechos de origen biológico procedentes de actividades agrarias o industriales o municipales, entre otros. En opinión de la reclamada, entre dichas materias primas se encuentran las utilizadas para la fabricación de los combustibles renovables que comercializa Repsol y que son objeto de la campaña publicitaria cuestionada: aceite de cocina usado, cáscaras de frutos secos, residuos de poda, ramas y residuos orgánicos. Además, han sido verificados por un tercero (Control Union Certifications) aportando un certificado acerca del cumplimiento de los requisitos de trazabilidad y cadena de custodia establecidos en el procedimiento 72-00080PR y certifica el origen biogénico y la sostenibilidad de los productos destinados a la venta a cliente final de REPSOL COMERCIAL DE PRODUCTOS PETROLÍFEROS, S.A., basado en el cumplimiento de las siguientes normas de referencia: Directiva 2018/2001, ISCC EU y RD 376/2022.

En último lugar, respecto la falta de veracidad de las características del producto, niega que la Publicidad reclamada resulte engañosa. En este sentido, afirma que el hecho de que un vehículo no esté etiquetado como XTL o E10, no implica automáticamente que vaya a sufrir una incidencia en caso de repostar estos combustibles renovables, tal y como avalan los datos históricos de otros países europeos que llevan años comercializando diésel renovable XTL y gasolina E10. Expone Repsol que han realizado trabajos experimentales para evaluar la compatibilidad del carburante XTL en vehículos sin esta etiqueta en los que se concluye que las bombas de alta presión de diferentes fabricantes, con las que se ha realizado el estudio, funcionan correctamente y mantienen caudal y presión en los valores iniciales previos a la prueba experimental.

Asimismo, señala que la gasolina renovable cumple la especificación europea EN 228 (Tabla 1), por lo que es automáticamente compatible con los vehículos diseñados para emplear este carburante. Por otro lado, y en relación con los combustibles E10, pone de manifiesto que en España, el Ministerio de Industria no ha prorrogado la necesidad de mantener una gasolina de protección para vehículos antiguos, gasolina E5 con un menor contenido de etanol que la gasolina E10, habiendo finalizado la última prórroga el 31 de diciembre de 2019; por tanto, en este momento toda la gasolina comercializada en España debe ajustarse a las especificaciones de la gasolina E10, que es la especificación que cumple la gasolina renovable comercializada por Repsol.

Respecto a los resultados que se puedan esperar obtener con la utilización de estos combustibles renovables en contraposición con el combustible tradicional o fósil, la reclamada manifiesta que la mayoría de las características entre ambos son muy similares, y conforme a estas no puede dar lugar a un consumo de combustible entre un 50 % y 100 % mayor sobre la base de cálculos teóricos. Además, asegura que han realizado ensayos experimentales en vehículos alimentados con combustibles renovables, mostrando los resultados obtenidos que el consumo es equivalente en vehículos que utilizan combustibles fósiles y 100% renovables, por lo que el

consumidor final en ningún caso encontrará diferencias del 50% o del 100% en los niveles de consumo de sus vehículos como alega el Reglamento.

5. Por último, Repsol pone de manifiesto que con carácter previo al lanzamiento de la campaña y con el objetivo de asegurarse el cumplimiento legal y deontológico de su publicidad, solicitó al Gabinete Técnico de AUTOCONTROL Copy Advice®, obteniendo el correspondiente informe positivo respecto a la Publicidad Reclamada.
6. Por lo demás, y de conformidad con lo previsto en la norma 22 del Reglamento del Jurado de AUTOCONTROL, tras manifestar las partes su conformidad, se procedió a la designación de un experto independiente que asistió a la Sección con carácter previo para estudiar la validez del estudio aportado por Repsol respecto a los trabajos experimentales respecto a la compatibilidad del carburante XTL en vehículos no etiquetados.
7. El experto designado elaboró un informe con fecha 20 de marzo de 2024 cuyas principales conclusiones se reproducirán en los Fundamentos deontológicos y frente al cual las partes tuvieron la oportunidad de presentar sus respectivas alegaciones.

II. Fundamentos deontológicos.

1. Ante todo, esta Sección considera oportuno plantear un esquema inicial acerca de los diferentes puntos que han de ser resueltos.

Así, en primer lugar, Iberdrola plantea que la Publicidad reclamada resulta engañosa al extender la característica de “100% renovable” a la totalidad de la compañía Repsol y a la totalidad de los productos que comercializa y no únicamente a sus nuevos combustibles.

En segundo lugar, Iberdrola plantea que no se detalla el cumplimiento de los criterios de sostenibilidad de la Directiva de Renovables RED y, por este motivo, podría inducir a error al consumidor al no poder comprobar si los productos promocionados son 100% renovables.

Por último, la reclamante sostiene que la campaña de Repsol sería engañosa al no cumplir el principio de veracidad en relación con las características del producto. Esta ausencia de veracidad, en opinión de Iberdrola, se produciría concretamente por dos motivos: por un lado, porque los combustibles promocionados no pueden ser utilizados en todos los vehículos, sino únicamente en aquellos compatibles con combustible XTL, en el caso de los vehículos diésel, y E10, en el caso de los vehículos a gasolina, sin que por lo demás estas circunstancias se adviertan en la Publicidad reclamada; y, por otro lado, también se estaría omitiendo que los resultados que el consumidor obtendrá de la utilización de este tipo de combustibles renovables difieren en gran medida de los resultados con un combustible tradicional.

2. Expuesto el esquema de los puntos que esta Sección debe resolver, parece evidente que los tres motivos de reclamación encajan dentro de una supuesta infracción del principio de veracidad. A este respecto, es preciso recordar que este principio se encuentra recogido en la norma 14 del Código de AUTOCONTROL en los siguientes términos:

“14.1. Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. Se entiende por publicidad engañosa aquella 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.

14.3. Para la aplicación del párrafo anterior se tendrán en cuenta todas características y circunstancias de la publicidad, así como las limitaciones del medio de comunicación utilizado. Cuando el medio de comunicación utilizado imponga limitaciones de espacio o de tiempo, para valorar la existencia de una omisión de información se tendrán en cuenta estas limitaciones y todas las medidas adoptadas por el empresario o profesional para transmitir la información necesaria por otros medios”.

3. Así las cosas, tal y como señalábamos anteriormente, en primer lugar, debemos valorar si la Publicidad reclamada resulta engañosa al extender la característica de “100% renovable” a la totalidad de la compañía Repsol y a la totalidad de los productos que comercializa y no únicamente a sus nuevos combustibles, principalmente a través de la alegación “la calidad de Repsol, ahora 100% renovable”.

A este respecto, Repsol alega que este punto de la reclamación ha sido presentado de manera descontextualizada y parcial y, en apoyo a su defensa, aporta un documento con las diferentes piezas publicitarias de su campaña al completo.

Pues bien, este Jurado ha podido analizar en detalle los dos pantallazos aportados por Iberdrola. En el primero de ellos, se puede comprobar que la alegación controvertida (esto es, “la calidad Repsol, ahora 100% renovable”) aparece de la mano de la alegación “Ya disponibles en más de 50 estaciones de servicio y a final de año en 600”. De este modo, la unión de ambas alegaciones permite llegar a la conclusión de que la alegación controvertida no hace alusión al conjunto de la empresa, sino únicamente a combustibles. El segundo pantallazo, directamente hace alusión a “nuevos combustibles 100% renovables”, por lo que resulta imposible atribuir la alegación al conjunto de la empresa anunciante. A mayor abundamiento, esta Sección ha podido comprobar los anuncios en los que se incluyen estos pantallazos al completo, así como el resto de los anuncios de la campaña aportados por Repsol. De esta comprobación se puede concluir que las alegaciones supuestamente engañosas en ningún momento aparecen de manera independiente. Antes al contrario, siempre van acompañadas de diferentes alegaciones referidas a los nuevos “combustibles 100% renovables”. Adicionalmente, según ha podido comprobar esta Sección, en la Publicidad reclamada siempre se incluye la información “Ya disponible en más de 50 estaciones de servicio y al final del año en 600”.

En este sentido, es preciso recordar que el Código de AUTOCONTROL, en su norma 3.1, es claro a la hora de indicar que “las comunicaciones comerciales y las expresiones publicitarias deben ser analizadas en su conjunto, sin descomponer sus partes integrantes y atendiendo a la impresión global que generen en sus destinatarios”. De este modo, no resulta posible aceptar que un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, pudiese

asociar la alegación “*la calidad Repsol, ahora 100% renovable*” a cualquier característica, producto o servicio de Repsol que no fueran específicamente los combustibles promocionados, pues no existe elemento alguno que permita asociar esta característica “renovable” con otros productos o elementos de la compañía anunciante. Antes al contrario, y como señalábamos, la Publicidad reclamada incluye de manera permanente dos alegaciones que indudablemente deben ser vinculadas con los combustibles renovables promocionados. La primera de ellas es específicamente la propia alusión a “combustibles 100% renovables” en las mismas piezas publicitarias. Y, la segunda, es la referencia a que éstos están disponibles en determinado número de estaciones de servicio, alegación que no resulta posible vincular a otros elementos de la compañía anunciante que no sean los propios combustibles renovables.

De otro lado, y en relación con la alegación de Iberdrola según la cual la publicidad podría dar a entender que todos los combustibles de Repsol son 100% renovables, debemos advertir de nuevo que la publicidad sometida a la consideración de este Jurado incluye siempre la mención “Ya disponible en más de 50 estaciones de servicio y al final del año en 600”. Para un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, esta mención traslada de forma clara e inequívoca el mensaje según el cual se promociona una nueva categoría de combustibles, que se podrán encontrar junto con los tradicionales de origen fósil, y que actualmente no están disponibles en todas las estaciones de servicio Repsol, sino solo en cincuenta. No parece probable que un consumidor de aquellas características concluya entonces que en la actualidad todos los combustibles Repsol son 100% renovables, pues eso significaría admitir que fuera de las cincuenta estaciones de servicio de Repsol que actualmente cuentan con combustibles renovables, las restantes estaciones de servicio no comercializan combustible.

En consecuencia, procede desestimar el primer punto de la reclamación.

4. En segundo lugar, como indicábamos, Iberdrola reclama la omisión de los criterios de sostenibilidad de la Directiva de Renovables RED en la propia Publicidad reclamada. Por este motivo, considera que podría inducir a error al consumidor al no poder comprobar si los productos promocionados son 100% renovables.

Por su parte, Repsol argumenta que su producto cumple perfectamente con la definición de combustible renovable de acuerdo con la Directiva RED. Adicionalmente, defiende que en la Publicidad reclamada se indica claramente que se produce “*a partir de residuos orgánicos*” y que todas las piezas publicitarias incluyen el detalle de la página web o QR donde encontrar información adicional, en la que se detalla el origen de este producto. A mayor abundamiento, afirma que los combustibles promocionados están verificados por una tercera parte independiente y cumplen con los criterios de sostenibilidad incluidos en la Directiva RED.

5. Pues bien, las conclusiones que ha obtenido el Jurado en relación con este segundo motivo de reclamación son las siguientes:
 - a) En relación con la calificación de los combustibles de Repsol como 100% renovables, debe hacerse constar ante todo que Iberdrola no ha aportado al presente procedimiento ninguna prueba de la que se pueda desprender elemento alguno que permita poner en duda el carácter renovable de los nuevos combustibles de Repsol.
 - b) En cambio, Repsol ha acreditado que, en la medida en que los carburantes son elaborados con residuos orgánicos, cumplen los requisitos de la Directiva de Renovables “RED” y el

Real Decreto 376/2022 por el que se regulan los criterios de sostenibilidad y de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero de los biocarburantes, biolíquidos y combustibles de biomasa, así como el sistema de garantías de origen de los gases renovables. En efecto, a la luz de lo expuesto por Repsol en su escrito de contestación, los combustibles promocionados por Repsol encajarían dentro de las definiciones ofrecidas por la Directiva de Renovables “RED” que, en su artículo 22, incluye las siguientes definiciones:

- 22 bis) “combustibles renovables”: biocarburantes, biolíquidos, combustibles de biomasa y combustibles renovables de origen no biológico.
- 24) “biomasa”: la fracción biodegradable de los productos, residuos y desechos de origen biológico procedentes de actividades agrarias, incluidas las sustancias de origen vegetal y de origen animal, de la silvicultura y de las industrias conexas, incluidas la pesca y la acuicultura, así como la fracción biodegradable de los residuos, incluidos los residuos industriales y municipales de origen biológico.
- 33) “biocarburantes”: los combustibles líquidos destinados al transporte y producidos a partir de biomasa.

c) Como refuerzo de todo lo anterior, Repsol también ha aportado al presente procedimiento un certificado firmado por Control Union el 30 de marzo de 2023 en el que, literalmente, se expone lo siguiente: *“Control Union Certifications certifica el cumplimiento de los requisitos de trazabilidad y cadena de custodia establecidos en el procedimiento 72-00080PR y certifica el origen biogénico y la sostenibilidad de los productos destinados a la venta a cliente final de REPSOL COMERCIAL DE PRODUCTOS PETROLÍFEROS, S.A. C/Méndez Álvaro 44 CP 28045 Madrid. Spain. Basado en el cumplimiento de las normas de referencia: Directiva 2018/2001, ISCC EU y RD 376/2022 Control Union Certifications certifica la sostenibilidad de los biocombustibles puestos a disposición de clientes directos y en la red de EES y de Distribución de Repsol (propia y abanderada). Mediante el cumplimiento de los requisitos del PR-72-00080 se garantiza la trazabilidad del origen biogénico de los combustibles en toda la cadena de suministro hasta cliente final y la información veraz de las emisiones de los combustibles renovables que Repsol pone a la venta”*.

d) En consecuencia con todo lo anterior, y ateniéndonos única y exclusivamente a los elementos de prueba obrantes en el procedimiento como consecuencia de la actividad probatoria de las partes, sólo cabe concluir que frente a la ausencia de cualquier prueba en el expediente de la que se desprendan elementos que permitan dudar del carácter 100% renovable de los combustibles promocionados, Repsol ha aportado un principio de prueba suficiente para sostener la veracidad de dicha calificación.

6. Es cierto, por lo demás, que Iberdrola también alega que en la publicidad se omiten las razones por las que los combustibles son renovables. Sin embargo, estos argumentos deben ser también rechazados.

En efecto, este Jurado debe advertir ante todo que, si bien Repsol (en cumplimiento de la carga de la prueba que le incumbe) está obligado a acreditar el carácter 100% renovable de sus combustibles, no existe norma alguna que le obligue a incluir en la publicidad las razones de esta calificación, salvo que su omisión pueda generar en el público destinatario alguna falsa expectativa o falsa impresión, circunstancia que no concurre en el presente caso, pues Iberdrola

no alega y el Jurado tampoco aprecia el engaño al que puede conducir el hecho de que en la publicidad no se revele la razón por la que los combustibles son renovables, siempre y cuando los combustibles promocionados -como queda dicho- cumplan los requisitos para acceder a dicha calificación

En todo caso, a mayor abundamiento y a meros efectos dialécticos, tampoco cabe ignorar que en el presente caso concurren además otras circunstancias adicionales.

- (i) La primera de estas circunstancias es que, en numerosas piezas publicitarias de la campaña, junto a la alegación “100% renovables”, se incluía la información “a partir de residuos orgánicos”, incluyéndose por tanto información explícita en la propia publicidad de la razón por la que los combustibles deben ser considerados renovables.
- (ii) La segunda circunstancia sería que todas las piezas publicitarias incluyen o bien una indicación con un llamamiento a descubrir más información en una página web específica con información sobre los combustibles renovables o bien un código QR que redirigiría a la misma página web. En esta página web, según la información aportada por Repsol al procedimiento, se puede consultar información sobre qué son los combustibles renovables, en qué vehículos se pueden utilizar, rendimiento y su capacidad para reducir las emisiones de CO₂, además de un mapa para localizar fácilmente las estaciones de servicio donde ya se comercializan estos productos.

En definitiva, y como indicábamos anteriormente, no se considera exigible al anunciante incorporar mayor información sobre los requisitos de sostenibilidad en la propia Publicidad reclamada.

No obstante, en cualquier caso, tal y como sostiene Repsol, la publicidad reclamada sí ofrece mayor información. Por un lado, informa que sus nuevos combustibles están creados “a partir de residuos orgánicos”. Por otro lado, incluyen o bien una indicación con un llamamiento a descubrir más información en una página web específica con información sobre los combustibles renovables o bien un código QR que redirigiría a la misma página web. En esta página informativa, según ha podido comprobar este Jurado, se informa que el origen de estos combustibles no es fósil, sino que se producen con residuos orgánicos como cáscaras de frutos secos, residuos de poda, ramas, residuos orgánicos o aceite de cocina usado.

En consecuencia con lo expuesto, procede la desestimación del segundo motivo de reclamación expuesto por Iberdrola

7. Llegados al último punto de la reclamación, este Jurado debe recordar que Iberdrola plantea que la Publicidad reclamada es susceptible de inducir a error en cuanto a las características del producto en sí.
8. En primer lugar, la reclamante sostiene que los combustibles promocionados no pueden ser utilizados en todos los vehículos, sino únicamente en aquellos compatibles con combustible XTL, en el caso de los vehículos diésel, y E10, en el caso de los vehículos a gasolina, sin que por lo demás estas circunstancias se adviertan en la Publicidad reclamada.

Por su parte, Repsol alega que el hecho de que un vehículo no esté etiquetado como XTL o E10, no implica automáticamente que vaya a sufrir una incidencia en caso de repostar estos

combustibles renovables.

A este respecto, es preciso continuar el análisis dividiendo la argumentación en función del tipo de combustible.

Por un lado, en relación con el combustible XTL, la reclamada aseguraba contar un estudio experimental en virtud del cual tras más de 80.000 km equivalentes de operación de las bombas seleccionadas empleando carburante XTL, éstas funcionan correctamente y mantienen caudal y presión en los valores iniciales previos a la prueba experimental.

Tras acuerdo con las partes, la Sección acordó trasladar el estudio a un experto independiente, también acordado con las partes, para que pudiese determinar si, en función del mismo, puede concluirse que los combustibles renovables de Repsol (etiquetados XTL), son compatibles con vehículos que no estén etiquetados como XTL.

La conclusión del experto fue la siguiente:

“A partir del gran cúmulo de: i) las evidencias disponibles en la bibliografía, ii) de las referencias presentadas en este informe, iii) la publicación de las normas EN590 y EN15940 y iv) los resultados derivados del trabajo realizado por la empresa REPSOL Technology Lab sobre el ensayo acelerado de larga duración de bombas de inyección utilizadas en vehículos de fabricación y comercialización anteriores al 12 de octubre de 2018 es posible concluir que:

1. Los combustibles diésel fósil (etiquetados con B7) y los combustibles parafínicos, obtenidos vía FT o vía HEFA, (etiquetados con XTL) son equivalentes.

2. El combustible (etiquetado con XTL) producido por la empresa REPSOL (denominado por la propia empresa como diésel 100% renovable) puede ser empleado de forma continuada, al menos durante 80.000 km, en vehículos equipados con motores y sistemas de inyección producidos y comercializados antes de la mencionada fecha.

9. Así las cosas, nos encontramos de nuevo ante una situación en la que no existe prueba alguna en el expediente que permita dudar de la compatibilidad del combustible XTL de Repsol con los motores de vehículos que no estén etiquetados como XTL. Y frente a esta ausencia de prueba, el informe del experto aportado al procedimiento con el consenso de ambas partes es claro y contundente al afirmar dicha compatibilidad, no sólo con base en el estudio aportado por Repsol, sino en base también a toda la bibliografía previa que le permite afirmar que los combustibles diésel fósil etiquetados como B7 y los combustibles etiquetados como XTL son equivalentes.

Frente a esta conclusión, por lo demás, no pueden prosperar las alegaciones de Iberdrola cuando considera insuficiente el estudio aportado por Repsol al no superar los 10 años ni los 80000 km.

Es cierto que el estudio aportado por Repsol se refiere a pruebas de uso del diésel XTL en vehículos que no cuentan con esta etiqueta durante 80000 km. Mas no es menos cierto que las conclusiones que el experto refleja en su informe se apoyan -como así lo indica expresamente- no sólo en el estudio aportado por Repsol, sino en toda la bibliografía previa, bibliografía previa que lleva al experto a alcanzar una conclusión clara y contundente que refleja con precisión en su informe: “Los combustibles diésel fósil (etiquetados con B7) y los combustibles parafínicos, obtenidos vía FT o vía HEFA, (etiquetados con XTL) son equivalentes”.

En virtud de lo anterior, esta Sección debe concluir que, en relación con las características del combustible XTL (en el caso de los vehículos diésel), la publicidad reclamada no es susceptible

de inducir a error en cuanto a sus compatibilidad con vehículos diésel que no cuenten con esa etiqueta.

10. Por otro lado, en relación con los combustibles E10, Repsol ha demostrado que la gasolina renovable cumple la especificación europea EN 228 Tabla 1, por lo que es automáticamente compatible con los vehículos diseñados para emplear este carburante (en concreto, todos los vehículos actualmente a la venta y prácticamente todos los vehículos gasolina comercializados desde el año 2000). Además, también ha demostrado que, en España, el Ministerio de Industria no ha prorrogado la necesidad de mantener una gasolina de protección para vehículos antiguos (gasolina E5 con un menor contenido de etanol que la gasolina E10), habiendo finalizado la última prórroga el 31 de diciembre de 2019. Por tanto, cabe concluir que, en este momento, toda la gasolina comercializada en España debe ajustarse a las especificaciones de una gasolina E10, que es la especificación que cumple la gasolina renovable comercializada por Repsol.

En consecuencia, ateniéndonos únicamente a los elementos obrantes en el expediente, y ante la ausencia de cualquier prueba o indicio de incompatibilidad de la gasolina renovable Repsol con vehículos no etiquetados como E10, debe concluirse que la información y justificación aportada por Repsol resulta suficiente para poder considerar que la Publicidad reclamada tampoco es susceptible de inducir a error en cuanto a las características del producto promocionado.

11. Finalmente, Iberdrola también alega el carácter engañoso de la publicidad al no advertirse en ella que los resultados que puedan esperarse de la utilización de este tipo de combustible renovable difieren en gran medida de los resultados que el consumidor pudiera esperar de un combustible tradicional. Esto es así, según la reclamante, porque el consumo energético de los combustibles promocionados es entre un 50 y un 100% superior al combustible tradicional. Sin embargo, no aporta prueba específica a este respecto

En cambio, Repsol afirma haber llevado a cabo ensayos experimentales en vehículos alimentados con combustibles 100% renovables y los resultados obtenidos muestran que el consumo es equivalente con vehículos que utilizan combustibles fósiles o convencionales. En apoyo a esta defensa, aporta un estudio experimental llevado a cabo por Applus Idiada en el que se comparaba el combustible diésel promocionado, con un combustible Euro6 diésel (B7). Se llevaron a cabo tres *tests* de ciclos WTLC con cada carburante utilizando el mismo automóvil.

En términos de consumo energético, las conclusiones del estudio afirmaban que el uso del combustible promocionado lo incrementaba únicamente en 0,2 litros cada 100 km de media.

Así las cosas, ateniéndonos de nuevo a los elementos obrantes en el expediente, cabe afirmar que no existe prueba de la que quepa deducir que las consecuencias derivadas del uso de los combustibles promocionados son sustancialmente distintas -en términos de consumo- que las derivadas del consumo de combustibles fósiles. En cambio, sí consta un estudio del que se desprende con claridad que dichas consecuencias -en términos de consumo- no son significativas. No cabe apreciar entonces que la publicidad omita en este punto información relevante, de forma que pueda inducir a error a un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz

Por las razones expuestas, la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL

el periódico de la energía

ACUERDA

1. Desestimar la reclamación presentada por Iberdrola Clientes, S.A.U, en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Repsol, S.A.
2. Imponer a Iberdrola Clientes, S.A.U. el pago de las tasas que eventualmente pudieran devengarse ante AUTOCONTROL, por la tramitación del presente procedimiento, de conformidad con las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de AUTOCONTROL.

el periódico de la energía