

ZWIĄZEK STOWARZYSZEŃ
RADA REKLAMY
ul. Koszykowa 10 lok. 11
00-564 Warszawa



RADA REKLAMY

tel.: +48 22 621 31 94
fax: +48 22 629 18 89
biuro@radareklamy.org
www.radareklamy.org

REGON: 140489484 NIP: 521-3383-625
KONTO: RAIFFEISEN BANK POLSKA SA: PL5817500009000000007235348
BIC/ SWIFT: RCBWPLPW

**Uchwała Nr ZO 27/08
z dnia 15 maja 2008 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/65/08**

1. Zespół Orzekający Komisji Etyki Reklamy, działającej przy Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, w składzie:

- 1) Wojciech Piwocki – przewodniczący,
- 2) Magdalena Czaja – członek,
- 3) Paweł Wiśniewski – członek,

na posiedzeniu w dniu 15 maja 2008 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze Akt K/65/08, złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko EFG Eurobank Ergasis S.A. Oddział w Polsce „Polbank EFG” z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy radiowej

postanawia

skargę oddalić

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o Sygn. K/65/08.
Przedmiotem skargi była reklama radiowa konta w Polbank EFG.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „w reklamie użyto słów „wyżej się już nie da” „powtarzam wyżej się już nie da”.

W opinii Skarżącego, „to stwierdzenie było uzasadnione do czasu, gdy oprocentowanie tego konta było najwyższe w kraju – 5,5 %. Jednak od czasu wprowadzenia wyższego oprocentowania konta przez inny bank, stwierdzenie to jest nieprawdziwe i wprowadza konsumenta w błąd”.

W czasie posiedzenia skargę przedstawiał arbiter-referent.

Wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z dobrymi obyczajami (art. 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy) oraz zarzucił, że reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej, a także niezgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.

Wniósł również o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 10 ust.1 pkt. a) i b) Kodeksu Etyki Reklamy, z uwagi na to, że „reklamy nie mogą wprowadzać w błąd jej odbiorców, w szczególności w odniesieniu do:

- a) istotnych cech, w tym właściwości, składu, metody, daty produkcji, przydatności, ilości, pochodzenia (w tym geograficznego) reklamowanego produktu;
- b) wartości produktu i jego rzeczywistej ceny oraz warunków płatności, w szczególności takich jak sprzedaż ratalna, leasing, sprzedaż na kredyt, sprzedaż okazjna:”

Zarzucił również niezgodność reklamy z art. 16 Kodeksu Etyki Reklamy, w myśl którego „reklamy informujące o sposobach oszczędzania lub inwestowania nie mogą zawierać stwierdzeń wprowadzających w błąd w szczególności co do szacowanego przyszłego dochodu, czynników wpływających na jego wysokość oraz możliwych korzyści podatkowych”.

Skarżony złożył odpowiedź na skargę i nie uczestniczył w posiedzeniu.

W odpowiedzi na skargę, Skarżony poinformował, że treść reklamy radiowej jest zgodna z prawdą. Reklama nie informowała, że Polbank EFG posiada najwyższe oprocentowane konto w Polsce.

Skarżony zwrócił uwagę, że użyte w reklamie sformułowania miały na celu wskazanie, że jest to najwyższe oprocentowanie konta, jakie do tej pory oferował Polbank EFG swoim klientom. Stąd też, w reklamie użyte zostały słowa „wyżej się już nie da” oraz informacja o tym, że właśnie niedawno Polbank EFG podwyższył znacząco oprocentowanie konta, czyli “poszliśmy ostro w górę z oprocentowaniem konta”.

Skarżony podkreślił, że nigdzie w reklamie radiowej nie informuje o tym, że jest to najwyższe w Polsce oprocentowanie konta. W związku z tym, skargę konsumenta uważa za pozbawioną podstaw.

Na marginesie, Skarżony poinformował, że nawet na swojej stronie internetowej zamieścił ranking, z którego wyraźnie wynika, że istnieje rachunek, który jest wyżej oprocentowany niż konto oszczędnościowe w Polbank EFG.

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający nie podzielił zarzutów Skarżącego, uznając, że przedmiotowa reklama nie narusza Kodeksu Etyki Reklamy ani obowiązujących przepisów prawa.

Zespół Orzekający uznał, że reklama nie wprowadza konsumentów w błąd, ponieważ nie mówi, że jest to najlepsza oferta na rynku ani, że jest to najwyższe oprocentowane konto w Polsce.

W związku z powyższym, na podstawie pkt 37 lit b Regulaminu Rozpatrywania Skarg Zespół Orzekający orzekł jak w pkt 1 uchwały.