

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 32/08  
z dnia 17 czerwca 2008 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie sygn. Akt:  
K/78/08**

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

- 1) Marek Janicki – przewodniczący;
- 2) Wojciech Tomczak - członek
- 3) Wojciech Piwocki – członek,

na posiedzeniu w dniu 17 czerwca 2008 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze Akt K/71/08, złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Media Saturn Holding, z siedzibą w Warszawie, (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy w postaci marketingu bezpośredniego poprzez gazetkę reklamową (ulotka) dystrybuowaną na terenie Warszawy

**postanawia**

**oddalić skargę.**

**2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:**

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt K/ /08

Przedmiotem skargi była reklama w postaci marketingu bezpośredniego poprzez gazetkę reklamową (ulotka) dystrybuowaną m.in. na terenie Warszawy. W gazetce reklamowej znajduje się hasło: „Polska kupuje bez vat-u!” oraz informacja, że „Wszystkie telewizory i kina domowe taniej o wartość podatku VAT 22%”. Gazetka reklamowa zawiera też informację w jakich dniach trwa akcja.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „reklama sugeruje, że można nabyć produkty bez płacenia podatku VAT. Może to wywoływać wrażenie, że sklep Media Markt ma przewagę konkurencyjną nad innymi, bo wolno mu sprzedawać bez podatku VAT. Łamie to art. 8 i art. 10 ust.1 pkt.2, bo wykorzystuje brak wiedzy konsumenta, wprowadza też w błąd odbiorców co do ceny i warunków płatności. Narusza też ustawę o cenach i ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawę o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom handlowym”.

W czasie posiedzenia skargę przedstawiał arbiter-referent.

Arbiter-referent wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z dobrymi obyczajami, co jest niezgodne z art. 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy.

Wniósł także o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 8 Kodeksu Etyki Reklamy, ponieważ „reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy”.

Wniósł również o uznanie reklamy za sprzeczną z art. Art. 10 ust.1 pkt. a) 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 okazyjna;”.

Skarżony nie złożył odpowiedzi na skargę i nie uczestniczył w posiedzeniu.

### **3. Zespół Orzekający zważył co następuje:**

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

Zespół Orzekający podkreślił, że reklamę należy oceniać całościowo, biorąc pod uwagę nie tylko samo hasło „POLSKA KUPUJE BEZ VATU!”, ale także napis znajdujący się pod produktem: „Wszystkie telewizory i kina domowe taniej o wartość podatku VAT 22%”.

Zespół Orzekający podkreślił, że konsumenci zostali również poinformowani w jakich dniach trwa akcja cenowa.

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