

**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 44/09
z dnia 4 sierpnia 2009 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/54/09**

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

- 1) Cezary Antoń – przewodniczący,
- 2) Agnieszka Tomasik-Walczak – członek,
- 3) Olgierd Cygan – członek,

na posiedzeniu w dniu 4 sierpnia 2009 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/54/09 złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Internetq Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy telewizyjnej

postanawia

oddalić skargę.

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o Sygn. K/54/09.

Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna loterii audiotekstowej o nazwie „pusty sms”.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że *„organizator promocji wyemitował reklamę - przekaz zawierający informacje i wypowiedzi, mające na celu zwiększenie zainteresowania loterią lub osiągnięcie podobnego efektu, poprzez wprowadzenie w błąd beneficjentów za pomocą środków przekazu (tu: emisję wizji i fonii). Poprzez wyeksponowanie opisu "Posiadamy zezwolenie Ministerstwa Finansów" - naruszając art. 8 Kodeksu Etyki Reklamy (Reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też*

wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy), wywołuje u odbiorcy przeświadczenie o zwiększonym bezpieczeństwie, rzetelnym organizatorze - wzbudza zaufanie i osłabia mechanizmy obronnościowe konsumenta, który może sądzić, że biorąc udział w loterii, nie zostanie zmanipulowany. Potwierdzeniem celowego umieszczenia w przekazie telewizyjnym informacji o zezwoleniu Min. Finansów (aby wykorzystać brak doświadczenia odbiorców) jest jego całkowite pominięcie na stronie internetowej (w tym str. głównej) www.pusty-sms.pl - gdzie nie obowiązują ograniczenia czasowe (koszt emisji reklamy wyższy), powierzchniowe. Jeśli organizator chciałby umieścić tą informację by ją umieścić. Aby zorganizować loterię w Polsce - warunkiem koniecznym - jest uzyskanie zezwolenia Min. Finansów. Organizacja bez zezwolenia jest przestępstwem. Nazwą Loteria można się posługiwać mając stosowne zezwolenie. Posługując się nazwą Loteria i dodatkowo podkreślając fakt posiadania zezwolenia, wywołuje się wrażenie o posiadaniu specyficznej cechy przez produkt lub usługę, której nie posiadają konkurenci czy inny Organizatorzy (analogia do reklamy wody mineralnej z wyeksponowanym opisem "Nie zawiera cholesterolu") Reklama nadużywa zaufanie odbiorcy (art. 8)."

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.

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. 10 ust. 1 pkt.a) Kodeksu Etyki Reklamy w myśl którego „reklamy nie mogą wprowadzać w błąd jej odbiorców, w szczególności co do istotnych cech reklamowanego produktu”.

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

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający nie dopatrył się w przedmiotowej reklamie naruszenia dobrych obyczajów.

Zespół Orzekający stwierdził, że reklama nie wprowadza konsumentów w błąd informując, że organizator loterii posiada zezwolenie Ministra Finansów.

Jednocześnie, Zespół Orzekający zaapelował do reklamodawców, aby nie eksponowali w reklamie warunków niezbędnych do urządzenia loterii, aby nie narażać się na zarzut

nadużywania zaufania odbiorcy lub wykorzystywania jego braku doświadczenia lub wiedzy, gdyż zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 29 lipca 1992r. o grach i zakładach wzajemnych „*Loterie fantowe, gry bingo fantowe, loterie promocyjne i loterie audiotekstowe mogą być urządzane przez osoby fizyczne, osoby prawne lub jednostki organizacyjne nie mające osobowości prawnej na podstawie udzielonego zezwolenia.*”

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

Zgodnie z pkt.50 Regulaminu Rozpatrywania Skarg z dnia 4 czerwca 2008r., stronom przysługuje prawo do odwołania się od uchwały Zespołu Orzekającego w terminie 10 dni od daty doręczenia uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznane zainteresowanej stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały.