

**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 59/09  
z dnia 22 października 2009 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie sygn. Akt:  
K/79/09**

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

- 1) Zofia Sanejko – przewodnicząca,
- 2) Anna Grzełońska – członek,
- 3) Wojciech Piwocki – członek,

na posiedzeniu w dniu 22 października 2009 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/79/09 złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko MW-GMW spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Wadowicach (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy telewizyjnej

**postanawia**

**uznać, że w reklamie powinny być wprowadzone zmiany w taki sposób, aby nie naruszać norm Kodeksu Etyki Reklamy.**

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

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o Sygn. K/79/09.  
Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna napoju Kubaś Waterr.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „reklama ta wprowadza ewidentnie w błąd. Na etykiecie produktu widnieje opis: napój niegazowany truskawkowy (ten wariant zakupiłam). W składzie ma jeszcze cukier, regulator kwasowości – kwas cytrynowy i aromat. Nie jest to więc woda, mimo że sama nazwa produktu „Waterr”, jak i tekst reklamy sugerują bezpośrednio, że tak właśnie jest. Lektor z reklamy TV mówi "mamy naszą wodę". Zgodnie z etykietą jest to napój, więc poprzez używanie w reklamie telewizyjnej słowa „woda” producent wprowadza w błąd. Tym bardziej jest to niepokojące, że jest to produkt komunikujący się bezpośrednio do dzieci (a pośrednio – ich rodziców, którzy w dobrej wierze kupią „wodę” dla swoich dzieci). Uważam, iż reklama Kubuś Waterr ma na celu wprowadzanie konsumentów w błąd i tym samym wpłynięcie na ich wybór. Wiadomym jest, że w postrzeganiu przeciętnego konsumenta produkt wykorzystujący w reklamie słowo „woda” może mieć bardziej pozytywne skojarzenia aniżeli produkt o nazwie „napój” – tym bardziej, jeśli chodzi o produkt przeznaczony dla dzieci. Firma Maspex – producent Kubuś Waterr - nie powinna więc używać ani w nazwie, ani w reklamie tego produktu słowa „woda” (lub słów sugerujących „wodę” – Waterr)“.

W ocenie Skarżącego „działanie producenta Kubuś Waterr narusza zasady Kodeksu Etyki Reklamy.”.

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 również o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 8 Kodeksu Etyki Reklamy, z uwagi na to, że „reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy.”

Arbiter-referent wniósł także 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 w odniesieniu do:

a) istotnych cech, w tym właściwości, składu, metody, daty produkcji, przydatności, ilości, pochodzenia (w tym geograficznego) reklamowanego produktu;

Ponadto arbiter – referent wniósł także o uznanie reklamy za naruszającą art. 16 ust.1 pkt. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003r., nr 153, poz.1503 z późn. zmianami). Zgodnie z art. 16 w/w ustawy:

„1. Czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest w szczególności:

(...)

2) reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzje co do nabycia towaru lub usługi;

Skarżony złożył pisemną odpowiedź na skargę i uczestniczył w posiedzeniu.

Jak poinformował Skarżony komunikat reklamowy został oparty na podkreśleniu owocowego smaku napoju, którego bazę stanowi woda źródłana.

Skarżony podkreślił, że reklama w żaden sposób nie sugeruje, że produkt zawiera wyłącznie wodę; przeciwnie prezentuje udział soku owocowego, eksponując jego owocowość.

Skarżony wyjaśnił, że nazwa handlowa „Kubuś Waterr” jest nazwą fantazyjną i nawiązuje do jednego ze składników produktu – górskiej (źródlanej) wody, a umieszczone zarówno w reklamie jak i na etykiecie wyrobu owoce stanowią czytelny komunikat dla konsumenta, że produkt stanowi wodę smakową („owocową”).

W opinii Skarżonego, niezwykle istotną kwestia jest wskazanie, iż oceny przekazu reklamowego należy dokonywać mając na względzie konsumenta dobrze poinformowanego, roztropnego i uważnego, a więc takiego, który jest już przyzwyczajony do reklam i bez trudu rozpoznaje reklamowany produkt. W sytuacji, gdy na opakowaniu reklamowanego produktu umieszczone są rysunki owoców i reklama mówi o smaku owoców, czy też dodatku soku, nie sposób przyjąć, iż konsument mylnie zrozumie, iż reklamowana jest naturalna woda mineralna.

Jednocześnie Skarżony poinformował, iż funkcjonujący w UE model konsumenta świadomego i dobrze poinformowanego to odpowiedź na bardzo restrykcyjne wymagania stawiane producentom artykułów spożywczych. Zgodnie z obowiązującymi przepisami są oni zobligowani do umieszczania na opakowaniach produktów wielu szczegółowych informacji m.in. na temat nazwy i składu produktu, w związku z czym świadomy i dobrze poinformowany konsument powinien się z tymi informacjami zapoznać. Dopiero gdy konsument nie znajdzie na opakowaniu tych informacji to można uznać, że jest wprowadzany w błąd, w przeciwnym wypadku takiego zarzutu producentowi czynić nie wolno.

Skarżony nie zgodził się z poglądem, że reklama produktu „Kubuś Waterr” wprowadza konsumenta w błąd, czy też jest sprzeczna z dobrymi obyczajami lub jest reklamą wprowadzającą w błąd w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. z 2003, nr 153, poz. 1503 z późn. zm.).

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

Zespół Orzekający podzielił zarzut Skarżącego, uznając, że przedmiotowa reklama napoju „Kubuś Watter” zawierająca sformułowanie „nasza woda” wprowadza konsumentów w błąd, gdyż oznaczenia „woda” można używać wyłącznie do oznaczania wód bez dodatków.

Zespół Orzekający podkreślił, że ustawodawca dokładnie określił, co może być oznaczane jako naturalna woda mineralna oraz że oznakowanie wód przeznaczonych do spożycia przez ludzi, niebędących naturalnymi wodami mineralnymi, nie może wprowadzać konsumenta w błąd.

Dlatego Zespół Orzekający stwierdził, że reklama mogłaby być emitowana gdyby został zmieniony tekst piosenki towarzyszącej reklamie np. w taki sposób, aby nie zawierał sformułowania „mamy naszą wodę”.

W związku z powyższym, na podstawie pkt 37 lit d) 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, nieznanne zainteresowanej stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały.*