

**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: PL581750009000000007235348
BIC/ SWIFT: RCBWPLPW

**Uchwała Nr ZO 66/09
z dnia 25 listopada 2009 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/85/09**

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

- 1) Wojciech Piwocki – przewodniczący,
- 2) Zofia Sanejko – członek,
- 3) Piotr Górski – członek,

na posiedzeniu w dniu 25 listopada 2009 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/85/09 złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Grupa Żywiec S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy telewizyjnej

postanawia

skargę oddalić.

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt K/85/09.
Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna piwa Warka.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że *„Warka wprowadza swoich klientów w błąd twierdząc, że dodaje chmielu przy produkcji piwa a na butelkach (etykietach) nie ma o tym słowa.”*

Skarżący poinformował, że *„telefonicznie udzielono mu informacji, że nie dodaje się chmielu bo jest za drogi.”*

W czasie posiedzenia skargę przedstawiał arbiter-referent.

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

Arbiter-referent podniósł również, iż zgodnie z art. 16. ust. 1. pkt. 2) ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji „czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest w szczególności:

(...)

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

Skarżony złożył odpowiedź na skargę i nie uczestniczył w posiedzeniu.

Skarżony poinformował, że jako producent piwa, nie ma obowiązku podawania na opakowaniach składników występujących w piwie, a to z uwagi na treść § 2 ust. 3 pkt 6 Rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dn. 10 lipca 2007 r. w sprawie znakowania środków spożywczych (Dz. U. z 2007 r., Nr 137, poz. 966 z późn. zm.).

Skarżony wyjaśnił, że chmiel nie został wymieniony jako środek alergenny w Zał. 1 do Rozporządzenia, stąd nie ma obowiązku podawania go na opakowaniach piwa.

Skarżony poinformował, że do produkcji piwa Warka używany jest najwyższej jakości chmiel. Dla podkreślenia tego faktu Grupa Żywiec S.A. w dniach 18-19 września sponsoruje Profesjonalia w Kazimierzu Dolnym, podczas których świętuje się zbiory chmielu.

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający po przyjęciu wyjaśnień Skarżonego, nie dopatrywał się w reklamie naruszenia dobrych obyczajów, ani wprowadzenia konsumentów w błąd i uznał, że przedmiotowa reklama nie narusza Kodeksu Etyki Reklamy.

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.