

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 13/10
z dnia 3 marca 2010 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/01/10**

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

- 1) Agnieszka Doleżych – przewodnicząca;
- 2) Wojciech Tomczak – członek;
- 3) Christian Lainer – członek,

na posiedzeniu w dniu 3 marca 2010 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/01/10, złożonej na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumentów (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Avans International Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy internetowej

postanawia

uznać, że w reklamie powinny zostać wprowadzone zmiany, aby nie naruszała norm Kodeksu Etyki Reklamy.

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygn. K/01/10.

Przedmiotem skargi była reklama internetowa produktów sieci MegaAvans w formie gazetki promocyjnej pt. „Wszystko za -50% ceny”.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podniósł, że „w gazecie umieszczono ofertę *„Wszystko za -50% ceny”*. Podana jest cena 50% mniejsza. Po czym jest małutkimi literami napisane, że druga połowa jest płatna po pół roku. Więc nie jest to towar za pół ceny tylko kredyt na dwie raty. <http://www.megaavans.pl/poznan/data/gazetka/11.01.2010/>”.

W czasie posiedzenia skargę przedstawiał i popierał arbiter-referent.

Wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 2 ust.1 Kodeksu Etyki Reklamy, z uwagi na to, że reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z dobrymi obyczajami.

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

b) wartości produktu i jego rzeczywistej ceny oraz warunków płatności, w szczególności takich jak sprzedaż ratalna, leasing, sprzedaż na kredyt, sprzedaż okazyjna;”.

Ponadto wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 14 Kodeksu Etyki Reklamy, zgodnie z którym „przedstawienie w reklamie warunków sprzedaży ratalnej, sprzedaży na kredyt lub innych form kredytu konsumenckiego musi być dokonane w taki sposób, by nie rodziła wątpliwości rzeczywista końcowa cena reklamowanego produktu, a także kwota płacona gotówką, wysokość zaliczki, wysokość oprocentowania, terminy spłat rat kredytu oraz inne warunki związane z tą formą sprzedaży.”.

Arbiter-referent poinformował również, że zgodnie z art. 16 ust.1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. 1993 r. nr 47, poz. 211) „czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest w szczególności:

- 1) reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka;
- 2) reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi;”.

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

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający dopatrył się w przedmiotowej reklamie wprowadzania konsumentów w błąd, gdyż reklama wyraźnie sugeruje możliwość nabycia towarów - „Wszystko za -50% ceny”. Powyższe sformułowanie jest całkowicie nietrafione, gdyż za pół roku konsument musi

zapłacić drugą połowę ceny.

Zdaniem Zespołu Orzekającego cena łączna towaru powinna być komunikowana konsumentom wyraźnie, a nie za pomocą znacznie mniejszej czcionki.

W opinii Zespołu Orzekającego reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z dobrymi obyczajami.

Biorąc powyższe pod uwagę, Zespół Orzekający stwierdził, że przedmiotowa reklama może wprowadzać konsumentów w błąd, dlatego w reklamie konieczne jest wprowadzenie zmian.

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.