



**Uchwała Nr ZO 16/10
z dnia 11 marca 2010 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/07/10**

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

- 1) Krzysztof Mydłowski – przewodniczący;
- 2) Magdalena Czaja – członek;
- 3) Anna Grzełońska – członek,

na posiedzeniu w dniu 11 marca 2010 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/07/10, złożonej na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumentów (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko One-2-One S.A. z siedzibą w Poznaniu (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy telewizyjnej

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/07/10.

Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna konkursu telewizyjnego EKSPRES.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podniósł, że „reklama telewizyjna z aktorem grającym proboszcza w „Plebani” podaje nieprawdziwe informacje. W spocie reklamowym

aktor mówi, że "grasz o telewizory, laptopy" - to samo na ich stronie internetowej, ale już w regulaminie (<http://konkurstelewizyjny.pl/regulamin.pdf>) wyraźnie jest napisane, że są te nagrody, ale nie w liczbie mnogiej tylko pojedynczej. OSZUSTWO".

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.

Arbiter-referent wniósł o uznanie reklamy za niezgodną 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. b) 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;”.

Skarżony złożył odpowiedź na skargę i nie uczestniczył w posiedzeniu.

W związku ze skargą konsumencką dotyczącą kampanii reklamowej „Konkursu Telewizyjnego” Skarżony odniósł się do zarzutów stawianych spółce One-2-One S.A. i jednocześnie poprosił o przyjęcie wyjaśnień.

Skarżony poinformował, że zdaniem Skarżącego reklama „Konkursu Telewizyjnego” podaje nieprawdziwe informacje używając liczby mnogiej przy określaniu nagród, które w ramach konkursu można wygrać. Skarżący zauważa rzekomą rozbieżność pomiędzy przekazem tekstem ze spotu a regulaminem.

W związku z powyższym Skarżony przytoczył dokładnie treść spotu:

Wielka nowość! Pod 7358 wygrasz od razu. Wysyłasz SMS o treści EKSPRES pod 7358. I jeżeli w chwilę po wysłaniu SMSa dostaniesz odpowiedź to znaczy, że wygrałeś pieniądze albo grasz o telewizory, kina domowe, laptopy czy telefony. 50 000zł! EKSPRES pod 7358. Masz szczęście? Sprawdź. Co Cię to kosztuje? EKSPRES pod 7358 i wiesz od razu.

Skarżony potwierdził, że rzeczywiście w spocie pojawiają się nagrody w liczbie mnogiej. Jednak ma to swoje uzasadnienie zarówno w regulaminie jak i komunikacji SMS, która dotyczy nagród. Zgodnie z §2 ust 5 regulaminu „Konkursu Telewizyjnego” uczestnik konkursu, który w odpowiedzi na SMS zgłoszeniowy (EKSPRES pod 7358) otrzymał informację, że gra o jedną z nagród rzeczowych w sytuacji, gdy „zdecyduje się grać o nagrody rzeczowe powinien wysyłać SMSy o treści wskazanej każdorazowo w komunikacji SMS. Wysłanie takiego SMSa uprawnia do udziału w procedurze wyłaniania laureata nagrody rzeczowej. Treść SMS wpływa na rodzaj nagrody rzeczowej, jaką może wygrać uczestnik i jest wiążąca przy procedurze przyznawania nagród, o czym mowa w §3 ust 4-7”

I dalej, w temacie nagród rzeczowych regulamin w §3 ust 6 mówi:

W terminie określonym w §3 ust 4 Organizator na podstawie danych zebranych przez system informatyczny obsługujący Konkurs ustali listę Uczestników, którzy odpowiedzieli poprawnie na pytanie zawarte w komunikacji SMS - o czym mowa w §2 ust 5 - według kolejności ustalonej na podstawie czasu, w jakim udzielili odpowiedzi.

Pytanie, o którym mowa w powyższym paragrafie brzmiało: *Możesz wygrać nagrodę X. Którą wolisz? X1 czy X2, czyli dotyczyło kwestii doprecyzowania o którą z dwóch nagród danego typu Uczestnik chce grać. Np. Możesz wygrać telewizor. Wolisz czarny 32" czy srebrny 37"?* Zagłębiając się w komunikację SMS konkursu - zacytowane paragrafy w rzeczywistości realizowane były w sposób następujący:

1. W sytuacji, gdy SMS o treści EKSPRES trafił do systemu informatycznego One-2-One S.A. w 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37, 41, 45, 59, 53 i 57 minucie po każdej pełnej godzinie (z wyjątkiem terminów, w których zgodnie z regulaminem gracze wysyłając SMS: EKSPRES wygrywali pieniądze) gracz otrzymywał zwrótnie wiadomość SMS:
Masz szczęście! Możesz wygrać telewizor! Mamy 2 różne- który wolisz? Czarny 32 cale czy srebrny 37 cali? Szybko zdecyduj i wyślij TV.32 lub TV.37 na 7358/3,66
W dalszej kolejności gracz definiował który telewizor chciałby wygrać - musiał wybrać jeden z dwóch telewizorów.
2. W sytuacji, gdy SMS o treści EKSPRES trafił do systemu informatycznego One-2-One S.A. w 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38, 42, 46, 50, 54 i 58 minucie po każdej pełnej godzinie (z wyjątkiem terminów, w których zgodnie z regulaminem gracze wysyłając SMS: EKSPRES wygrywali pieniądze) gracz otrzymywał zwrótnie wiadomość SMS:
To jest Twój dzień! Spiesz się bo możesz wygrać kino domowe i sam wybrać jakie ma być! Wyszukane SONY czy solidny PIONEER? Wyślij SONY lub PIONEER na 7358/3,66
W dalszej kolejności gracz definiował który zestaw kina domowego chciałby wygrać - musiał wybrać jeden z dwóch zestawów kina domowego.

3. W sytuacji, gdy SMS o treści EKSPRES trafił do systemu informatycznego One-2-One S.A. w 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39, 43, 47, 51, 55 i 59 minucie po każdej pełnej godzinie (z wyjątkiem terminów, w których zgodnie z regulaminem gracze wysyłając SMS: EKSPRES wygrywali pieniądze) gracz otrzymywał zwrótnie wiadomość SMS:
Jest! Brawo! Udało Ci się trafić laptopa! Teraz szybko zdecyduj: wolisz modny MAC BOOK czy wygodny TOSHIBA? Wyślij MAC lub TOSHIBA na 7358, bo możesz wygrać/3,66
W dalszej kolejności gracz definiował którego laptopa chciałby wygrać - musiał wybrać jeden z dwóch laptopów.
4. W sytuacji, gdy SMS o treści EKSPRES trafił do systemu informatycznego One-2-One S.A. w 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40, 44, 48, 52, 56 minucie po każdej pełnej godzinie (z wyjątkiem terminów, w których zgodnie z regulaminem gracze wysyłając SMS: EKSPRES wygrywali pieniądze) gracz otrzymywał zwrótnie wiadomość SMS:
Ale Ci się poszczęściło! Najbardziej pożądana nagroda może być Twoja! TELEFON KOMÓRKOWY. Zdecyduj szybko który wolisz i wyślij SMS: NOKIA lub IPHONE/3,66zł
W dalszej kolejności gracz definiował który telefon chciałby wygrać - musiał wybrać jeden z dwóch telefonów.

A zatem każdy Uczestnik konkursu, który dostał via SMS informację, że może wygrać jedną z czterech nagród rzeczowych staje przed wyborem którą z nagród woli. Definiowanie nagród ma kluczowe znaczenie przy wyłanianiu laureatów nagród rzeczowych. Zgodnie z regulaminem potencjalny laureat musi bowiem m. in:

- Wysłać SMS zgłoszeniowy.
- Zdefiniować nagrodę, którą chce wygrać (np. TV: czarny 32" czy srebrny 37") Laureat natomiast (oprócz kwestii związanych samą procedurą wyłaniania, której nie dotyczy skarga) otrzymuje taką nagrodę, jaką zdefiniował za sprawą komunikacji SMS. Dajemy mu zatem możliwość gry o dwa telewizory, dwa laptopy, dwa kina domowe i dwa telefony komórkowe.

Reasumując Skarżony stwierdził, że Uczestnicy konkursu grają o dwa rodzaje każdej z nagród, czyli w sumie grają o 8 nagród, a wygrywają tylko 4 nagrody zgodnie z przebiegiem całej gry.

Skarżony zwrócił uwagę tym bardziej, że w zacytowanym scenariuszu nie ma słów: „wygrywasz telewizory, laptopy, kina domowe i telefony”. Liczba mnoga pojawia się tylko i wyłącznie w kontekście gry o nagrody rzeczowe, a nie liczby nagród do wygrania, czy wygranych. W spocie nie ma przyrzeczenia wygrania wielu telewizorów, wielu laptopów, etc.

Na potwierdzenie tych słów Skarżony przytoczył wykaz nagród zawarty w §4 ust 1a regulaminu, w którym ze względu na fakt definiowania nagród przez Uczestników Organizator nie był w stanie podać konkretnej wartości dla każdej z nagród:

a) Nagrodami rzeczowymi w konkursie są:

- Jeden Telewizor LCD wartości maksymalnie 4000zł brutto,
- Jeden zestaw kina domowego 3000zł brutto,
- Jeden telefon komórkowy wartości maksymalnie 2500zł brutto,
- Jeden laptop wartości maksymalnie 4000zł brutto.

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający dopatrył się w przedmiotowej reklamie wprowadzania konsumentów w błąd, gdyż reklama wyraźnie sugeruje iż uczestnicząc w konkursie można wygrać „telewizory, kina domowe, laptopy, telefony”. Sformułowanie to jest nietrafione, gdyż nagrodami rzeczowymi w konkursie są pojedyncze sztuki: jeden telewizor, jeden zestaw kina domowego, jeden telefon komórkowy, jeden laptop. Zdaniem Zespołu Orzekającego użycie w przedmiotowej reklamie liczby mnogiej w odniesieniu do poszczególnych nagród jest nadużyciem zaufania odbiorców.

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 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.