

**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 37/10  
z dnia 8 lipca 2010 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie sygn. Akt:  
K/57/10**

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

- 1) Krzysztof Mydłowski – przewodniczący,
- 2) Magdalena Czaja – członek,
- 3) Piotr Górski – członek,

na posiedzeniu w dniu 8 lipca 2010 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/57/10 złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Kompania Piwowarska S.A. z siedzibą w Poznaniu (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy internetowej

**postanawia**

**oddalić skargę.**

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

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt K/57/10.

Przedmiotem skargi była reklama internetowa piwa Tyskie zamieszczona na stronie internetowej [www.tyskie.pl](http://www.tyskie.pl), informująca o surowcach stosowanych do produkcji piwa marki Tyskie. Producentem piwa Tyskie i jego reklamodawcą jest Kompania Piwowarska S.A. z siedzibą w Poznaniu.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „materiały promocyjne dostępne pod adresem <http://www.tyskie.pl/surowce-do-produkcji-piwa.html> wprowadzają w błąd. Wynika z nich, że w skład piwa Tyskiego (tytuł strony to "Tyskie. Z Polski - Surowce do produkcji piwa") wchodzi: - słód - woda - chmiel – drożdże. Na infolinii producenta potwierdziłem swoje wątpliwości co do składu piwa dowiadując się, że w jego skład wchodzi także "składniki niesłodowane" takie jak kukurydza, ryż i cukier, o których nie ma mowy na omawianej stronie. Mylna informacja w materiale reklamowym skłania konsumentów do kupowania wyrobu o składzie odmiennym od oczekiwanego i jest nieuczciwa wobec konkurencji produkującej piwo z tradycyjnych składników.”.

W czasie posiedzenia skargę przedstawiał arbiter-referent.

Arbiter-referent wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z dobrymi obyczajami i zarzucił, że reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej, co jest niezgodne z art. 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy.

Wniósł także o uznanie reklamy za niezgodną z art. 8 Kodeksu Etyki Reklamy, zgodnie z którym „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) i b) Kodeksu Etyki Reklamy, z uwagi na to, że „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 poinformował również, że zgodnie z art. 16 ust. 1 pkt 1) i 2) ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U.03.153.1503 z późn. zm.)

„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 złożył odpowiedź na skargę i nie uczestniczył w posiedzeniu.

Skarżony poinformował, że Konsument zarzucił Kompani Piwowarskiej SA z siedzibą w Poznaniu (zwanej w dalszej części KP SA ), że w informacji zawartej na stronie internetowej nie zostały podane takie składniki piwa Tyskie jak kukurydza, cukier, ryż. Konsument powołał

się, że o dodatkowych składnikach nie wskazanych na stronie dowiedział się z infolinii Skarżonego.

Ustosunkowując się do postawionego zarzutu Skarżony stwierdził, że zaden z wymienionych przez Konsumenta składników (ryż, kukurydza, cukier) nie jest wykorzystywany do produkcji piwa marki Tyskie. Trudno zatem uznać za wiarygodne, że infolinia KP SA udzieliła takiej informacji jak podaje Konsument.

Skarżony poinformował, że cztery główne składniki używane do produkcji piwa Tyskie to zgodnie z informacją podaną na stronie tyskie.pl - woda, drożdże słód jęczmienny oraz chmiel. KP SA podając informacyjnie te składniki kierując do konsumentów informację wykraczającą swym zakresem poza obowiązkowe oznaczenie składników piwa Tyskie wymagane przez Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 10.07.2007r. (Dz.U.07.137.966 z późniejszymi zmianami). Przepisy powołanego rozporządzenia są rygorystyczne, a ich celem jest zapewnienie jak najlepszej niezbędnej dla konsumenta informacji o składnikach produktów spożywczych. Aktualnie z surowców wykorzystywanych do produkcji piwa Tyskie na opakowaniu jako obowiązkowy, podany jest wyłącznie słód jęczmienny. Informacja o składnikach piwa Tyskie zawarta na stronie tyskie.pl jest zatem dużo bardziej szczegółowa niż obligatoryjne oznaczenia na opakowaniu jednostkowym produktu, a jej celem jest rozszerzenie informacji kierowanej do konsumenta ponad obowiązkowe oznaczenia.

Dodatkowo Skarżony podkreślił, że nie ma jakichkolwiek podstaw prawnych zobowiązujących producentów piwa do podawania w informacji dla konsumentów jak również w reklamie szczegółowej receptury produktu lub informacji technologicznych, które najczęściej stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa.

Podsumowując Skarżony stwierdził, że informacja zakwestionowana przez Konsumenta, nie wprowadza w błąd w zakresie składników używanych do produkcji i jest całkowicie prawdziwa. W informacji podane są wszystkie główne surowce wykorzystywane w produkcji piwa Tyskie, których wskazanie wykracza znacznie poza oznaczenia obowiązkowe usytuowane na opakowaniu jednostkowym produktu.

Zdaniem Skarżonego przedmiotowa informacja nie narusza także praw podmiotów prowadzących działalność konkurencyjną wobec KP SA. Przykładowo główny konkurent KP SA, którym jest na rynku polskim Grupa Żywiec SA opisując produkt Żywiec Jasne Pełne na stronie zywiec.com.pl, podaje mniej informacji na temat składników wskazując wyłącznie na wodę, słód i chmiel. Grupa Carlsberg opisując produkt na stronie carlsberg.pl powołuje jako składniki wyłącznie chmiel i drożdże. Nie ma zatem wątpliwości, że informacja o składnikach

produktu piwa Tyskie jest nie tylko prawdziwa i rzetelna, ale także najszersza w porównaniu do informacji dwóch największych konkurentów.

Mając powyższe na uwadze, Skarżony stwierdził, że skarga złożona przez Konsumenta jest całkowicie bezzasadna.

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

Zespół Orzekający nie dopatrył się w reklamie naruszenia jakichkolwiek norm Kodeksu Etyki Reklamy lub powszechnie obowiązujących przepisów prawa.

W szczególności, w opinii Zespołu Orzekającego przedmiotowa reklama nie wprowadza konsumentów w błąd i nie wykorzystuje ich braku doświadczenia lub wiedzy, gdyż zgodnie z informacjami zawartymi na stronie internetowej [www.tyskie.pl](http://www.tyskie.pl), piwo Tyskie rzeczywiście zawiera słód, wodę, chmiel oraz drożdże.

Zespół Orzekający uwzględnił przy tym oświadczenie Skarżonego, że żaden z wymienionych przez Konsumenta składników (ryż, kukurydza, cukier) nie jest wykorzystywany do produkcji piwa marki Tyskie.

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, nieznanne zainteresowanej stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały.*