ZWIĄZEK STOWARZYSZEŃ
RADA REKLAMY
ul. Koszykowa 10 lok. 11
00-564 Warszawa

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: PL58175000090000000007235348
BIC/ SWIFT: RCBWPLPW

RADA REKLAMY

Uchwała Nr ZO 40/10
z dnia 10 czerwca 2010 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/49/10

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

1) Wojciech Piwocki – przewodniczący,
2) Agnieszka Kosik – członek,
3) Anna Grzelońska – członek,

na posiedzeniu w dniu 10 czerwca 2010 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/49/10 złożonych, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Grupa o2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy w formie elektronicznej przesłanej do użytkownika poczty e-mailowej w domenie o2.pl

postanawia

oddalić skargę.

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygn. akt K/49/10.
Przedmiotem skargi była reklama w formie elektronicznej przesłanej do użytkownika poczty e-mailowej w domenie o2.pl.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podniósł, że *„bardzo często otrzymuje reklamę sugerującą prywatną wiadomość email często bywa tak, że fikcyjne inicjały nadawcy pokrywają się z inicjałami moich znajomych z książki adresowej. Treść reklamy skierowana jest bezpośrednio do mnie. Odnoszę wrażenie jakby to była prywatna korespondencja od znajomych a nie treść komercyjna. Wskazuje to temat wiadomości oraz adres nadawcy, którego alias ma charakter prywatny. Poniżej przykład: nadawca: m.kalinnowska@tlen.pl*

From: Portal o2.pl [mailto:info@o2.pl] On Behalf Of m.kalinnowska@tlen.pl - przesłane przez o2.pl Sent: Thursday, April 22, 2010 8:29 AM To: Reklama wysłana przez portal o2.pl Subject: Widziałeś to?:) A rozpoznałbyś Ankę wśród tych dziewczyn? http://lekko.o2.pl/moda_na_ulicy/. Wygląda pięknie! m. --- Reklama rozesłana przez Grupa o2 sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zgodnie z regulaminem korzystania z poczty elektronicznej na zlecenie: Grupa o2 Spółka z o.o. ul. Jutrzenki 177 02-231 Warszawa.".

Skarżący poprosił o zbadanie tej sprawy, gdyż według niego jest to niedozwolona forma reklamy.

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 doświadczenia lub wiedzy.

Ponadto, arbiter-referent poinformował, że zgodnie z art. 24 ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. z 2002 nr144 poz.1204),

„1. Kto przesyła za pomocą środków komunikacji elektronicznej niezamówione informacje handlowe, podlega karze grzywny.

2. Ściganie wykroczenia, o którym mowa w ust. 1, następuje na wniosek pokrzywdzonego."

Skarżony złożył odpowiedź na skargę i uczestniczył w posiedzeniu.

Skarżony ustosunkowując się do treści skargi wskazał, iż użytkownicy poczty mailowej w domenie o2.pl otrzymują informacje handlowe zgodnie z pkt. II ust. 10 „Regulaminu korzystania z poczty elektronicznej w domenach: o2.pl, tlen.pl, go2.pl i prokonto.pl z usługi poczty prokonto w domenie oraz komunikatora tlen.pl", zgodnie z którym użytkownik wypełniając formularz zgłoszeniowy i zakładając konto poczty elektronicznej wyraża zgodę na przetwarzanie danych zawartych w formularzu zgłoszeniowym w celach marketingowych i informacyjnych, w tym w szczególności wyraża zgodę na otrzymywanie komunikatów lub informacji Grupa o2 sp. z o.o. lub innych podmiotów (za wiedzą i wyraźnym przyzwoleniem Grupa o2 sp. z o.o.) oraz informacji dotyczących produktów lub usług Grupa o2 sp. z o.o. jak i innych podmiotów (za wiedzą i wyraźnym przyzwoleniem Grupa o2 sp. z o.o.). Powyżej wskazane wyrażenie zgody dotyczy w szczególności otrzymywania informacji lub komunikatów za pośrednictwem poczty elektronicznej wysyłanej na adres poczty elektronicznej użytkownika korzystającego z usługi poczty elektronicznej, w tym także w formie załącznika do poczty elektronicznej. Przy czym użytkownik może cofnąć wyrażenie ww. zgody. W niniejszym przypadku wypełniając formularz rejestracji konta poczty elektronicznej w domenie o2.pl, użytkownik (Skarżąca) wyraził zgodę na przetwarzanie jego danych zawartych w formularzu zgłoszeniowym w celach marketingowych, oraz wyraził zgodę na otrzymywanie komunikatów lub informacji Grupa o2 lub innych podmiotów (za wiedzą i wyraźnym przyzwoleniem Grupa o2) oraz informacji dotyczących produktów lub usług Grupa o2 jak i innych podmiotów (za wiedzą i wyraźnym przyzwoleniem Grupa o2).

Dlatego też, zdaniem Skarżonego, otrzymana przez Skarżącego informacja handlowa nie ma cech niezamówionej informacji handlowej.

Skarżony poinformował, że przesłana przez Grupa o2 wiadomość była oznaczona w sposób niebudzący wątpliwości co do tego, że jest to informacja handlowa o charakterze komercyjnym (art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną Dz.U. Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.). W treści wiadomości znajdowała się wyraźna informacja: „Reklama rozesłana przez Grupa o2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zgodnie z regulaminem korzystania z poczty elektronicznej na zlecenie: Grupa o2 spółka z o.o. ul. Jutrzenki 177, 02-231 Warszawa".

Dodatkowo, w miejscu wskazania adresata korespondencji elektronicznej znajdowała się informacja: „Reklama wysłana przez portal o2.pl <info@o2.pl>", a przy wskazaniu nadawcy korespondencji elektronicznej dodano przy opisie nadawcy sformułowanie, które w sposób niebudzący jakichkolwiek wątpliwości przedstawia jej nadawcę: „m.kalinowska@tlen.pl - przesłane przez o2.pl".

W opinii Skarżonego nie jest też prawdą, że treść reklamy skierowana została „bezpośrednio" i jedynie do Skarżącej. Treść i forma reklamy skierowana została do potencjalnych użytkowników serwisu www.lekko.o2.pl, którymi są osoby młode, energiczne, posługujące się właściwym dla takich osób bezpośrednim językiem, które wyraziły zgodę na przesyłanie do nich informacji lub komunikatów od spółki Grupa o2.

Wobec powyższego zdaniem Skarżonego należy uznać, że Grupa o2 przestrzega zasady, aby odbiorca reklamy mógł zidentyfikować, że dany przekaz jest reklamą (art. 9 Kodeksu Etyki Reklamy), oraz aby reklama nie wprowadzała użytkowników w błąd, w szczególności w zakresie elementów wskazanych w art. 10 Kodeksu Etyki Reklamy, w związku z czym, zarzuty postawione w skardze są bezpodstawne i powinny skutkować jej oddaleniem.

Skarżony do udzielonej odpowiedzi załączył Regulamin korzystania z poczty elektronicznej w domenach: o2.pl, tlen.pl, go2.pl i prokonto.pl z usługi poczty prokonto w domenie oraz komunikatora tlen.pl – usług bezpłatnie oferowanych przez Grupę o2 Sp. z o.o. w Warszawie. Regulamin ten jest też dostępny na stronie http://profil.o2.pl/regulamin.html.

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający nie dopatrzył się w reklamie treści wprowadzających w błąd użytkowników bezpłatnego konta poczty elektronicznej w domenach: o2.pl, tlen.pl, go2.pl i prokonto.pl .

Zespół Orzekający, biorąc pod uwagę treść regulaminu korzystania z poczty elektronicznej w ww. domenach, stwierdził, że reklama nie wykorzystuje braku doświadczenia lub wiedzy użytkowników poczty elektronicznej.

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.