



**Uchwała Nr ZO/008/20u
z dnia 4 marca 2020 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt:
KER/262/19**

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

- **Marta Macke – przewodnicząca,**
- **Małgorzata Augustyniak – członek,**
- **Dorota Kotowska – członek,**

na posiedzeniu w dniu 4 marca 2020 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/262/19 złożonej, na podstawie pkt. 11 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko reklamie radiowej Euro-Net Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony)

postanawia

- **uznać, że reklama narusza normę art. 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy.**

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

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt KER/262/19.

Przedmiotem skargi była reklama radiowa produktów dostępnych w sieci sprzedaży RTV EURO AGD.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował:

„opis reklamy: Reklama promocji na black week firmy RTV EURO AGD

Treść skargi: Szanowni Państwo, chciałabym prosić o interwencję w sprawie reklamy radiowej RTV EURO AGD. Konkretnie chodzi mi o użycie w reklamie dźwięku, który naśladuje pisk opon. Jest to bardzo niebezpieczne zwłaszcza, gdy radia słucha się podczas jazdy samochodem. Za każdym razem (choć już wiem, że to reklama w radiu) przy tym dźwięku pierwszą reakcją jest chęć gwałtownego zahamowania, ponieważ nie wiem, co się dzieje na drodze. Wg mnie stwarza to niebezpieczeństwo w ruchu drogowym i jest sprzeczne m.in. z Art 9 Kodeksu Etyki Reklamy. W pierwszym momencie nie wiem, czy pisk opon to dźwięk z radia, bo jednak mam wrażenie, że to wokół mnie na drodze. Proszę o interwencję, aby z reklamy zniknął ten dźwięk. Uwagę można przykuwać w inny sposób niż budząc strach.” - pisownia oryginalna

W toku posiedzenia skargę przedstawiał i popierał arbiter - referent.

Arbiter-referent wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z dobrymi obyczajami (art. 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy) oraz zarzucił, że reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności



społecznej, zgodnie z należytą starannością oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.

Ponadto wniósł o uznanie reklamy za niezgodną z art. 9 Kodeksu Etyki Reklamy: Reklamodawca, promujący, pośrednik i środki przekazu, każdy wyłącznie w zakresie swojej działalności dotyczącej reklamy, będzie przestrzegał zasady, aby odbiorca reklamy powstałej lub rozpowszechnianej z jego udziałem mógł zawsze zidentyfikować, że dany przekaz jest reklamą.

Skarżony uczestniczył w posiedzeniu; Skarżony złożył pisemną odpowiedź na skargę oraz wskazał, że informacje zawarte w treści odpowiedzi stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa.

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający podzielił zarzut Skarżącego i dopatrył się w przedmiotowej reklamie naruszenia normy art. 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy. Zespół Orzekający nie dopatrył się naruszenia w reklamie art. 9 Kodeksu Etyki Reklamy.

Zespół Orzekający uznał, iż oceniana reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej, z należytą starannością i narusza dobre obyczaje.

Zespół Orzekający biorąc pod uwagę, że odbiorcami reklamy radiowej mogą być także kierującymi pojazdami, zwrócił uwagę, że zastosowany w reklamie charakterystyczny dźwięk „pisku opon” może stwarzać zagrożenie w ruchu drogowym.

Jednocześnie, Zespół Orzekający zaapelował do reklamodawców o unikanie w reklamach radiowych w szczególności dźwięków imitujących „pisk opon”, „dźwięk klaksonu” oraz dźwięków naśladowanych „sygnał karetki pogotowia”, czy też sygnałów dźwiękowych alarmowych zarezerwowanych dla pojazdów uprzywilejowanych, aby nie dezorientować kierowców, a co za tym idzie nie narażać ich na niebezpieczeństwo.

W związku z powyższym, na podstawie pkt. 43 ust. 1) lit b) Regulaminu rozpatrywania skarg Zespół Orzekający orzekł jak w pkt. 1 uchwały.

Zgodnie z pkt. 51. Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Strony mogą odwoływać się od uchwały Zespołu Orzekającego w terminie dziesięciu dni od doręczenia uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznanne zainteresowanej stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały, o której mowa w pkt. 43.