



Uchwała Nr ZO/012/20/o
z dnia 1 kwietnia 2020 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawach o sygn. akt:
KER/270/19 i KER/271/19

Ocena KER - w sprawie skargi na przekaz reklamowy firmy nie będącej członkiem

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy

Grottgera 9/3

00-785 Warszawa

Komisja Etyki Reklamy, Zespół Orzekający w składzie:

- Wojciech Piwocki – przewodniczący,
- Małgorzata Domaszewicz – członek,
- Jacek Pawlak – członek,

DO:

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”
AmRest Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, zwany dalej „Reklamodawcą”

OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumenckimi, Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a także organizacjami promującymi standardy rynku reklamy w innych krajach, jak i na poziomie międzynarodowym (w tym The European Advertising Standards Alliance EASA) oraz mając na celu ochronę interesów konsumentów Komisja Etyki Reklamy dokonała analizy przekazu reklamowego pod kątem zgodności z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Wnioskodawcy podnieśli:

KER/270/19

„miejsce emisji: Strona na Facebooku Burger King Polska

produkt: Rebel Whopper

opis reklamy: Reklama w postaci postu na facebooku z załączoną grafiką.

Treść skargi: Naruszenie Art. 8 oraz Art. 10 podpunkt a), kodeksy etyki reklamy.

Firma Burger King Polska ogłosiła postem na facebooku (oraz w innych mediach społecznościowych) swojego nowego burgera, który ma być "roślinną" alternatywą, reklamowanego hasłem "(...) Rebel Whopper, 100% Whopper, 0% wołowiny.(...)"

A następnie po fali pytań oraz krytyki w komentarzach (NIE ZAZNACZAJĄC TEGO W SAMEJ REKLAMIE)



przyznają się, że burger grillowany jest na tłuszczach wołowych aby "Zachować smak whoopera" co sprawia, że nie jest wegetariański, wegański ani tak naprawdę roślinny, a hasło "0%" wołowiny jest w tym przypadku po prostu absurdalne.

Firma jawnie próbuje zyskać na trendach roślinnych nie przekazując informacji o procesie przygotowania burgera w samej reklamie. Wielu wegan i wegetarian, którzy zobaczą tylko tę reklamę jest narażonych na nieświadome zjedzenie NIEWEGETARIAŃSKIEGO burgera.

Co najważniejsze, oraz wyżej wspomniane rzekome 0% wołowiny jest jawnym kłamstwem, a firma w komentarzach udaje że problemu nie ma.

Reklama dostępna pod linkiem:

<https://www.facebook.com/BurgerKingPolska/posts/10157992379299015?>

KER/271/19

„miejsce emisji: Facebook.com - BurgerKingPolska

produkt: Rebel Whopper

opis reklamy: Reklama pokazuje burgera z informacją o zawartości 0% wołowiny i informacją "Powered by vegetarian butcher".

Treść skargi: Informacja mówi o tym, że produkt nie zawiera wołowiny (0%), a następnie marka przyznaje, że jest przygotowywany na tych samych stanowiskach, co produkty wołowe "by zachować smak". Dodatkowo informacja "vegetarian butcher" wprowadza w błąd, bo produkt zawierający tłuszcz wołowy z innych produktów nie jest wegetariański. Tworzy to niebezpieczeństwo dla osób rezygnujących z mięsa z powodów zdrowotnych - kupując produkt pozornie bezmięśny, nabywają produkt zawierający przynajmniej tłuszcz wołowy."

– pisownia oryginalna

We Wnioskach dotyczących reklamy internetowej, podniesiono naruszenie przez reklamę powszechnie przyjętych zasad etyki będących podstawą akceptacji treści reklamowych przez środowisko reklamodawców oraz konsumentów poprzez ewentualność potencjalnego naruszenia dyspozycji poniższych norm Kodeksu brzmiących, jak następuje:

- Działania objęte postanowieniami Kodeksu będą wykonywane z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami, prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.
- Reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy.
- Ponadto 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;

Reklamodawca nie wyraził zgody na uczestnictwo w postępowaniu przed Komisją Etyki Reklamy i nie udzielił odpowiedzi.



Oceniając reklamę Zespół nie dopatrywał się w reklamie naruszenia dobrych obyczajów. Zdaniem Zespołu reklama nie zawiera również treści nadużywających zaufania odbiorców, ani też treści wykorzystujących ich brak doświadczenia lub wiedzy, ani treści które mogłyby wprowadzać odbiorców w błąd co do właściwości reklamowanego produktu i oddalił Wnioski konsumentów.

Komisja Etyki Reklamy nie jest organem właściwym do oceny zgodności z przepisami prawa, dlatego poleca Biuru Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy poinstruowanie Wnioskodawcy o możliwości zwrócenia się do właściwych organów w celu dokładnego zbadania oraz dokonania wiążącej oceny przekazu reklamowego pod kątem jego zgodności z prawem.

W razie pojawienia się jakichkolwiek pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy w sposób wskazany na naszej stronie internetowej www.radareklamy.pl. Postaramy się udzielić wszelkich możliwych informacji oraz porad mogących zagwarantować najwyższe standardy etyczne oraz przestrzeganie dobrych praktyk rynkowych na rynku reklamowym w Polsce.

W związku z powyższym, mając na uwadze treść Wniosku oraz na podstawie pkt. 43 ust. 1 lit. b) Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.

Zdanie odrębne do Uchwały Nr ZO /20

z dnia 1 kwietnia 2020 roku

Zespołu Orzekającego

w sprawach o sygn. akt:

KER/270/19 i KER/271/19

Członek Zespołu Orzekającego Pani Małgorzata Domaszewicz, która zgłosiła votum separatum, stwierdziła, iż reklama nadużywa zaufania odbiorcy. Ma na celu wywołanie u konsumenta przekonanie, że jest to produkt wegetariański w oparciu o pewien automatyzm poznawczy. Dodatkowo umieszczony na reklamie stempel „Powered by the vegetarian butcher”, wzmacnia ten przekaz. Skarżąca poczuła się wprowadzona w błąd, bo kupiła produkt, który na podstawie reklamy odebrała jako wegetariański, a następnie dowiedziała się, nie został przygotowany w sposób zgodny ze sztuką (smażenie na tłuszczach zwierzęcych).