



Uchwała Nr ZO/023/20/o
z dnia 6 maja 2020 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt:
KER/028/20

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:

- Marta Macke – przewodnicząca,
- Elżbieta Kondziola – członek,
- Joanna Łodygowska – członek,

DO:

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”

Incaso WEC S.A. z siedzibą w Łodzi, 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.

Wnioskodawca podniósł:

KER/028/20

„Miejsce reklamy: Skrzynka e-mail na serwerze Onet Reklamowany produkt: Windykacja długów Treść reklamy: Reklama przesłana drogą e-mailową.

Treść e-maila składa się z dość dużej grafiki-zdjęcia, na którym są widoczne dwie dobrze zbudowane postacie w dresie, mężczyźni w kapturach, z poważnymi wyrazami twarzy, jeden z nich wytatuowany na dłoniach, obaj stylizowani na przestępców. Zdjęcie w ciemnej tonacji. Na środku zdjęcia znajduje się napisany dużymi wyraźnie odcinającymi się od tła białymi literami tekst: "Dłużnik nie zapłacił faktury? Rozwiążemy Twój problem. Wykorzystaj: 24 lata doświadczenia 70 000 obsłużonych spraw 94% skuteczności".



Reklama wygląda jak wiadomość e-mail od firmy "Kancelaria prawna Inkaso" i zatytułowana jest "Niezapłacona faktura", co ma sugerować, że odbiorca reklamy ma niezapłaconą fakturę i jest windykowany.

Załączniki:

[https://radareklamy.pl/wp-content/uploads/wp_dndcf7_uploads/wpcf7-](https://radareklamy.pl/wp-content/uploads/wp_dndcf7_uploads/wpcf7-files/78484789_2628425330528854_1840529439230787584_n.jpg)

[files/78484789_2628425330528854_1840529439230787584_n.jpg,](https://radareklamy.pl/wp-content/uploads/wp_dndcf7_uploads/wpcf7-files/2020-02-24_002911.png) https://radareklamy.pl/wp-content/uploads/wp_dndcf7_uploads/wpcf7-files/2020-02-24_002911.png

Skarga: Reklama w postaci grafiki-zdjęcia sugeruje, że wobec dłużnika firma windykacyjna Inkaso WEC SA może stosować różne środki przymusu, w tym zastraszanie i przemoc fizyczną.

Reklama ma przekonywać do skuteczności w odzyskiwaniu długu poprzez zastosowanie "twardych" środków przez firmę Inkaso WEC, w związku z czym rodzi sugestię, że usługi mogą być wykorzystywane nie tylko do odzyskiwania rzeczywistych długów, ale także wyłudzeń od rzekomych dłużników poprzez ich zastraszanie oraz inne rodzaje przemocy.

Reklama propaguje przemoc zamiast rozwiązań polubownych i legalnych.

Reklama przesłana drogą e-mail poprzez swój tytuł "Niezapłacona faktura" oraz opatrzona nazwą nadawcy "Kancelaria Inkaso" wprowadza w błąd i skłania do otwarcia wiadomości poprzez sugerowanie, że odbiorca ma niezapłaconą fakturę i jest windykowany.

Reklama jest rozsyłana przez firmę Wiedza i Praktyka Sp. z o. o., która kreuje swój wizerunek jako organizacji kompetentnej, odznaczającej się rozsądkiem, a rozsyłając ww. reklamę tylko wzmacnia negatywny przekaz tej reklamy ("wiedza" i "praktyka" mają wówczas z goła inny wydźwięk). Firma Wiedza i Praktyka nie poczuwa się do odpowiedzialności za rozsyłanie ww. reklamy." - pisownia oryginalna

We Wniosku dotyczącym 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.
- Bez uzasadnionej konieczności powodowanej np. względami społecznymi i profilaktyką, reklamy nie mogą motywować do zakupu produktu poprzez wykorzystywanie zdarzeń losowych, wywoływanie lęku lub poczucia strachu.

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

W ocenie Zespołu reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej, z należytą starannością oraz zgodnie z dobrymi obyczajami. Zdaniem Zespołu promowanie w reklamie siłowego egzekwowania należności, poprzez wywoływanie lęku lub poczucia strachu, należy uznać za nieodpowiedzialne społecznie.



Biorąc powyższe pod uwagę, Zespół uwzględnił Wniosek konsumenta.

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 Wniosków oraz na podstawie pkt. 43 ust. 1 lit. c) Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.