



**Uchwała Nr ZO/032/20u
z dnia 13 maja 2020 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt:
KER/003/20**

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

- Teresa Wierzbowska – przewodnicząca,
- Beata Ptaszyńska-Jedynak – członek,
- Zuzanna Warowna-Toruńska – członek,

na posiedzeniu w dniu 13 maja 2020 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/003/20 złożonej, na podstawie pkt. 11 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko reklamie telewizyjnej Digibits Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony)

postanawia

- skargę oddalić.

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt KER/003/20.
Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna porównywarki ubezpieczeniowej mubi.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował:

„produkt: Mubi

opis reklamy: Krzysztof Hołowczyc reklamuj firmę mubi która ubezpieczy nawet taniej o połowę

Treść skargi: Krzysztof Hołowczyc twierdzi w reklamie że jedni kierownicy płacą 5 zł za paliwo a inni nawet dwa razy drożej przecież cena paliwa dla każdego jest prawie taka sam różni się paroma groszami” - pisownia oryginalna

W toku posiedzenia skargę przedstawiał i popierał arbiter - referent.

Arbiter-referent wniósł o uznanie reklamy za niezgodną z art. 2 ust. 1, art. 8 i art. 10 ust. 2 Kodeksu Etyki Reklamy, które brzmią następująco:

Art. 2 ust. 1. Działania objęte postanowieniami Kodeksu będą wykonywane z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami, prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.

Art. 8 Reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy.



Art. 10 ust.2. Użyte w reklamie dane oraz nieobjęte tym pojęciem w rozumieniu Kodeksu terminy naukowe, cytaty z publikacji technicznych lub naukowych muszą wskazywać źródło oraz nie mogą być używane w sposób wprowadzający w błąd. Dane muszą być prezentowane w sposób poprawny metodologicznie. Prezentacja danych statystycznych musi w szczególności uwzględniać reguły wnioskowania statystycznego, w tym zjawiska błędu statystycznego.

Skarżony nie uczestniczył w posiedzeniu; Skarżony złożył pisemną odpowiedź na skargę o następującej treści: „Szanowni Państwo, w odpowiedzi na pismo z dnia 14.04.2020 r. skierowane do spółki Digibits Sp. z o.o. wyjaśniamy iż:

- Krzysztof Hołowczyc w reklamie Mubi nie twierdzi, że istnieją tak duże różnice w cenach paliwa dla poszczególnych kierowców, a jedynie odwołuje się do wyobraźni odbiorcy zadając pytanie „Czy wyobrażacie sobie...?”, aby ukazać w zamierzony sposób sytuację nieprawdziwą;
- Abstrakcyjne odwołanie się do cen paliwa, ma jedynie za zadanie zwrócić uwagę kierowców na fakt, iż ponoszone przez nich koszty obowiązkowe takie jak ubezpieczenie OC, w zależności od Ubezpieczyciela różnią się, warto więc porównać różne oferty przed zakupem;
- Reklama nie ma na celu wprowadzenia w błąd odbiorcy, oraz nie przedstawia zakrzywionych ani nieprawdziwych danych statystycznych, cytatów ani terminów naukowych;

W razie konieczności złożenia dodatkowych wyjaśnień, pozostają do Państwa dyspozycji.” – pisownia oryginalna

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający nie podzielił zarzutów Skarżącego i nie dopatrył się w przedmiotowej reklamie naruszenia norm art. 2 ust. 1, art. 8 i art. 10 ust. 2 Kodeksu Etyki Reklamy.

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

Zespół Orzekający nie dopatrył się w przedmiotowej reklamie treści nadużywających zaufania odbiorców ani treści wykorzystujących brak wiedzy.

Zespół Orzekający oddalił również zarzut prezentowania w reklamie danych w sposób, który mógłby wprowadzać odbiorców w błąd.

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.