



Uchwała Nr ZO/028/20o  
z dnia 15 lipca 2020 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn. akt:  
KER/048/20

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:

- Igor Kaleński – przewodniczący,
- Elżbieta Kondziola – członek,
- Beata Ptaszyńska-Jedynak – członek,

DO:

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”  
EURO-net Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, 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:

„Miejsce reklamy: internet / portal Gazeta.pl Reklamowany produkt: EURO RTV / RATY Treść reklamy: reklama zawierająca ofertę "jedna rata gratis" w ofercie 20 rat 0%.

Skarga: Reklama emitowana w ramach sieci reklamowej Google w różnego rodzaju mediach internetowych posiada jasny standard rozdzielczości i rozmiarów bannerów, a mimo to celowo zmniejszono czytelność w zgłoszonym bannerze wymaganej klauzuli informacyjnej dot kredytu. Jest ona praktycznie nie czytelna i nie do odczytania (załącznik).”- 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



poniższej normy Kodeksu brzmiącej, 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.”

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

Zespół uznał, że w reklamie zabrakło należytej staranności przy komunikowaniu informacji o ofercie zakupu ratalnego. Informacje dotyczące stopy oprocentowania, całkowitej kwoty kredytu, rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania (RRSO), czasu obowiązywania umowy, całkowitej kwocie do zapłaty, wysokości rat, reprezentatywnego przykładu, powinny znaleźć się w każdej reklamie kredytu konsumenckiego w sposób umożliwiający ich odczytanie. W skarżonej reklamie część powyższych informacji była nieczytelna.

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](http://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. c) Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.