



**Uchwała Nr ZO/047/20u
z dnia 15 lipca 2020 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt:
KER/037/20**

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

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

na posiedzeniu w dniu 15 lipca 2020 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/037/20 złożonej, na podstawie pkt. 11 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko reklamie telewizyjnej Toyota Motor Poland Company Limited 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/037/20.
Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna pojazdów marki Toyota Rav 4 hybrid.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował:

„Treść reklamy: Reklama Toyoty RAV4 hasłem "hybrydowy napęd elektryczny"

Skarga: Szanowni Państwo, od pewnego czasu w środkach masowego przekazu hybrydowe samochody marek Toyota i Lexus (jeden koncern) reklamowane są jako samochody dysponujące "samoladującym elektrycznym napędem hybrydowym". Reklamy te można usłyszeć m.in. w TV i radio, to samo hasło pojawia się na stronach internetowych Lexusa: <https://www.lexus-polska.pl/hybrid/how-hybrid-works/> Nazwa ta jest celowo sformułowana, by wprowadzać konsumentów w błąd i sugerować, że hybrydowe Toyoty i Lexusy też są samochodami elektrycznymi. Otóż nie, nie są. Ich zasięg w trybie elektrycznym to maksymalnie 2 km. Są to samochody hybrydowe, z napędem spalinowo-elektrycznym, ale główny ciężar napędu w tym przypadku bierze na siebie silnik spalinowy.

Druga sprawa to sformułowanie "samoladujący się" napęd, który sugeruje, że napęd ten bierze energię znikąd - a to nieprawda, bo bierze ją z benzyny. Sprawą tą zajmował się już norweski odpowiednik UOKiK-u: <https://elektrowoz.pl/auta/urząd-ds-konsumentow-lexus-wprowadza-klientow-w-bład-z-samoladującymi-sie-hybrydami-norwegia/> - pisownia oryginalna



W toku posiedzenia skargę przedstawiał i popierał arbiter - referent.

Arbiter-referent wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 8, art. 10 ust. 1 a) Kodeksu Etyki Reklamy:

Art. 8

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

Art. 10

1. 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;

Skarżony uczestniczył w posiedzeniu; Skarżony złożył pisemną odpowiedź na skargę o następującej treści: „Jako osoba upoważniona do reprezentacji spółki Toyota Motor Poland Company Limited sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, adres: ul. Konstruktorska 5, 02-673 Warszawa, wpisanej do Krajowego Rejestru Sądowego Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000025715, NIP 521-012-31-77, kapitał zakładowy 475.000,00 złotych (dalej „Toyota”), wyrażam wolę uczestnictwa Toyoty w postępowaniu przed Komisją Etyki Reklamy oraz przedstawiam poniżej odpowiedź na skargę konsumencką dotyczącą zastrzeżeń co do hasła „samoładujący elektryczny napęd hybrydowy” używanego w reklamach w środkach masowego przekazu w odniesieniu do modelu Toyota RAV 4.

Skarżący podnosi, że poprzez powyższe sformułowanie Skarżony świadomie wprowadza odbiorców w błąd poprzez sugerowanie, że hybrydowe modele aut marki Toyota i Lexus są samochodami elektrycznymi. Ponadto Skarżący podnosi, że sformułowanie „samoładujący się” oznacza, że energię do napędu bierze się znikąd, tymczasem napęd ten bierze energię z benzyny i że sprawą zajmował się już norweski odpowiednik UOKiK.

Wobec powyższego rozważa się naruszenie norm zawartych w art. 8 i art. 10 ust. 1 a) Kodeksu Etyki Reklamy, zgodnie z którymi reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy oraz że nie może wprowadzać w błąd jej odbiorców, w szczególności w odniesieniu do istotnych cech, w tym właściwości, składu, metody, daty produkcji, przydatności, ilości, pochodzenia (w tym geograficznego) reklamowanego produktu.

Tytułem wstępu wskazuję, że Toyota ma zawsze na uwadze przepisy prawa oraz branżowe kodeksy etyki. W swojej działalności kieruje się dobrymi obyczajami i poczuciem odpowiedzialności społecznej.

Odnosząc się do zarzutów merytorycznych Skarżącego, należy w pierwszej kolejności wyjaśnić na czym polega napęd hybrydowy. Jest to napęd, w którego skład wchodzi silnik spalinowy oraz dwa silniki-generatory elektryczne MG1 i MG2. Dodatkowo samochód taki jest wyposażony w akumulator wysokonapięciowy, który gromadzi nadwyżki energii elektrycznej, która jest wykorzystywana do napędu auta. Silnik-generator MG2 pełni przede wszystkim rolę silnika elektrycznego napędzającego auto. Jest on na stałe połączony z kołami samochodu, więc niezależnie od trybu jazdy zawsze napędza



auto. Samochód hybrydowy posiada tryb jazdy tylko na napędzie elektrycznym, gdzie energia z akumulatora wysokonapięciowego zasila silnik-generator MG2. Przy zapotrzebowaniu na większą moc, silnik spalinowy zaczyna wspomagać silnik-generator MG2, wspólnie dostarczając energie do kół. Silnik spalinowy napędza również silnik-generator MG1, którego głównym zadaniem jest wytwarzanie energii elektrycznej, która jest wykorzystywana do zasilania silnika-generatora MG2, a nadwyżka energii elektrycznej jest wykorzystywana do ładowania akumulatora wysokonapięciowego. W momencie wybiegu lub hamowania silnik-generator MG2 staje się generatorem, odzyskuje energie z kół i ładuje akumulator wysokonapięciowy. Akumulator hybrydowy zawsze jest odpowiednio ładowany w czasie jazdy, aby jak najbardziej optymalnie wykorzystać zalety napędu hybrydowego. Co istotne, Toyota posiada w swojej ofercie również samochody hybrydowe, w których dodatkowo istnieje możliwość doładowania akumulatora wysokonapięciowego z gniazdka sieci energetycznej, są to auta tzw. Plug-in.

Powyższy opis znajduje odzwierciedlenie, m.in. w Świadectwach zgodności wydawanych dla każdego sprzedanego auta. W załączeniu przedstawiamy przykładowe Świadectwo zgodności dla RAV 4 Hybrid, gdzie w punkcie 23.1. Klasa pojazdu hybrydowego (elektrycznego): NOVC-HEV, NOVC-HEV oznacza Not Off Vehicle Charging – Hybrid Electric Vehicle, czyli pojazd hybrydowy elektryczny bez doładowania zewnętrznego. Oznaczenie NOVC- HEV zostało wprowadzone i wyjaśnione w regulacjach unijnych, w szczególności w Rozporządzeniu Wykonawczym Komisji (UE) 2019/1840 z dnia 31 października 2019 r. zmieniającym rozporządzenie wykonawcze (UE) 2017/1153 w odniesieniu do sprawozdawczości w zakresie wartości CO₂ WLTP dla niektórych kategorii nowych samochodów osobowych oraz dostosowania danych wejściowych dla narzędzia korelacji. Przepisy te wprost definiują NOVC-HEV jako hybrydowe pojazdy elektryczne niedoładowywane zewnętrznym, a ponadto wprowadzają rozróżnienie z hybrydowymi pojazdami elektrycznymi doładowywanymi zewnętrznym (OVC-HEV). Z kolei Dyrektywa 2007/46/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 5 września 2007 r. ustanawiająca ramy dla homologacji pojazdów silnikowych i ich przyczep oraz układów, części i oddzielnych zespołów technicznych przeznaczonych do tych pojazdów („dyrektywa ramowa”) (Tekst mający znaczenie dla EOG) (Dz.U. L 263 z 9.10.2007, s. 1) ustanawia obowiązujący wpis w punkcie 23.1. Klasa pojazdu hybrydowego [elektrycznego]: OVC-HEV/NOVC-HEV/ OVC-FCHV/ NOVC-FCHV (1), co oznacza że treść punktu 23.1. podaje od razu klasę pojazdu hybrydowego, tj.:

OVC-HEV (Off Vehicle Charging – Hybrid Electric Vehicle) – Pojazd hybrydowy elektryczny z doładowaniem zewnętrznym

NOVC-HEV (Not Off Vehicle Charging – Hybrid Electric Vehicle) – Pojazd hybrydowy elektryczny bez doładowania zewnętrznego

OVC-FCHV (Off Vehicle Charging – Fuel Cell Hybrid Vehicle) – Pojazd hybrydowy z ogniwem paliwowym z doładowaniem zewnętrznym

NOVC-FCHV (Off Vehicle Charging – Fuel Cell Hybrid Vehicle) – Pojazd hybrydowy z ogniwem paliwowym bez doładowania zewnętrznego

Innym dokumentem, który zawiera informacje o udziale energii elektrycznej w produkcji napędu hybrydowego jest dowód rejestracyjny pojazdu. Zgodnie z treścią Załącznika nr 7 do Rozporządzenia Ministra Infrastruktury w sprawie profesjonalnej rejestracji pojazdów, stosowanych oznaczeń oraz



opłat związanych z profesjonalną rejestracją pojazdów z dnia 12 marca 2019 r. (Dz.U. z 2019 r. poz. 546) poz P.3 dowodu rejestracyjnego określa rodzaj paliwa. Tytułem przykładu w załączeniu przedstawiamy skan dowodu rejestracyjnego Toyoty Rav 4 hybrid, który w polu P. 3 zawiera symbol P – co oznacza benzynę i EE oznaczające energię elektryczną. Nie sposób zatem się zgodzić z twierdzeniem, że samochody hybrydowe czerpią swą energię wyłącznie z silnika spalinowego wobec udziału energii elektrycznej w produkcji energii dostarczanej na koła.

Co więcej Toyota prowadzi cały czas badania, dotyczące szczegółowego udziału napędu elektrycznego w autach hybrydowych w drodze przejazdu. W załączeniu badanie przeprowadzone przez naukowców Politechniki Krakowskiej, stanowiące materiał objęty tajemnicą przedsiębiorstwa, które potwierdziło duży udział napędu elektrycznego podczas jazdy samochodu. Z przeprowadzonego badania wynika, że w ruchu miejskim zakres pracy bezemisyjnej hybrydowego układu napędowego wynosił od 40 % do 67 % czasu trwania całego testu. W ocenie Skarżonego nie ma możliwości zatem informowania klientów o zaletach napędu hybrydowego samochodów z pominięciem wykorzystania napędu elektrycznego.

Skarżący ponadto podnosi, że podobna sprawa była rozpatrywana przez norweski odpowiednik UOKiKu. Stan faktyczny w Norwegii był jednak inny, z uwagi na fakt że w Norwegii zaskarżone hasło brzmiało „self-charging hybrid”, jak również pojawiała się informacja, że producent oferuje energię za darmo. Ze stanu wiedzy Spółki wynika, że hasło „self charging hybrid” jest nadal wykorzystywane w przekazie reklamowym, natomiast zastrzeżenia dotyczyły rozpowszechniania informacji o tym, że producent oferuje bezpłatnie energię. W związku z tymi okolicznościami, nie można zastosować analogii w przedmiotowej skardze. W Polsce przedmiotowa reklama ogranicza się wyłącznie do podania rodzaju napędu zgodnie z powołanymi klasyfikacjami przy czym użyto synonimu dla pojęcia „bez doładowania zewnętrznego” tj. „samoładujący” a reklama nie zawiera żadnych dodatkowych sformułowań, które mogłyby ewentualnie wprowadzać w błąd konsumentów.

Niezależnie od wyżej przedstawionych argumentów, analizując zaskarżoną reklamę należy mieć także na uwadze, że – zgodnie z obowiązującymi zasadami – jako jej odbiorca powinien być przyjmowany tzw. przeciętny konsument. Przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, konsument zorientowany w zasadach prowadzenia reklamy i konstruowania przekazów reklamowych. Jest to osoba nie-naïwna, krytyczna. Bez wątplenia przeciętny konsument – w tym odbiorca reklamy Toyota – nie ma problemu z odróżnieniem samochodu elektrycznego (EV – electric vehicle) od samochodu elektrycznego hybrydowego (HEV – hybrid electric vehicle). Z naszych badań oraz np. reakcji klientów na przepisy ustawy o elektromobilności i paliwach alternatywnych z dnia 11 stycznia 2018 r. (ze zm.) wynika, że klienci mogą mieć natomiast kłopot z odróżnieniem pojazdu HEV oraz PHEV (Plug-in hybrid electric vehicle). Po wprowadzeniu ustawy o elektromobilności, która przewidziała przywileje dla pojazdów PHEV (a nie HEV) rozdzwoniły się w naszej firmie telefony z pytaniem kiedy pojazdy hybrydowe takie jak Yaris, Corolla czy RAV4 będą tańsze i musieliśmy cierpliwie tłumaczyć że tych pojazdów te przepisy nie dotyczą. Jednym z „mitów”, z którym walczymy jest więc przekonanie klientów, że pojazdy hybrydowe wymagają ładowania i często spotykamy się z pytaniami jak, gdzie, jak długo takie pojazdy się ładuje. Umieszczenie więc w reklamie doprecyzowania rodzaju napędu, zgodnego z nazewnictwem wprowadzonym regulacjami europejskimi oraz polskimi, w



naszej ocenie powinno być oceniane jako działanie w kierunku uniknięcia wątpliwości konsumentów i jako uczciwe i rzetelne przedstawienie produktu a nie odwrotnie. Odnośnie regulacji polskich wspierających takie stanowisko należy zwrócić uwagę na definicję pojazdu hybrydowego Plug-in PHEV zawartej w ustawie o elektromobilności, który został określony jako pojazd, „w którym energia jest akumulowana przez podłączenie do zewnętrznego źródła zasilania.” Z kolei w ustawie o podatku akcyzowym z dnia 6 grudnia 2018 r. (ze zm.) znajduje się definicją pojazdu hybrydowego HEV, którym jest pojazd „w którym energia nie jest akumulowana przez podłączenie do zewnętrznego źródła zasilania” . Takie rozróżnienie typów pojazdów hybrydowych skutkuje uznaniem, że skoro auto HEV nie jest doładowywane z zewnątrz, to dochodzi do jego samodoładowywania wewnątrz. Skarżony zdecydowanie powinien mieć możliwość informowania klientów o oferowanym do sprzedaży typie pojazdu hybrydowego, który nie wymaga akumulacji zewnętrznej.

Naszym zdaniem przetłumaczenie języka przepisów prawnych używających przytoczonych wyżej sformułowań „bez zewnętrznego doładowania” oraz „w którym energia nie jest akumulowana przez podłączenie do zewnętrznego źródła zasilania” na „samoładujący” trafnie oddaje istotę tego napędu i nie wprowadza w błąd odnośnie sposobu jego działania także w kontekście przytoczonego powyżej opisu funkcjonowania tej technologii i stanowi związły odpowiednik marketingowy powołanych pojęć prawnych. Uznanie tego terminu za nieetyczny byłoby w naszej ocenie pozbawione podstaw merytorycznych. To samo odnosi się do użycia pojęcia „elektryczny pojazd hybrydowy”, które stanowi dosłowne tłumaczenie typu tego pojazdu tj. „hybrid electric vehicle”.

Warto też zwrócić uwagę, że oba typy hybryd, a więc samoładująca i Plug-in, są zaliczane do tej samej kategorii pojazdów z napędem alternatywnym. Załączamy zestawienie Europejskiego Stowarzyszenia Producentów (ACEA). Z technicznego punktu widzenia pojazdy HEV i PHEV różnią się od siebie tylko modułem do doładowywania pojazdów (który może być wykorzystywany przez klienta lub nie), a to który pojazd jest w istocie bardziej „elektryczny” zależy przede wszystkim od mocy zastosowanych silników elektrycznych. Moc maksymalna silnika benzynowego w hybrydowym układzie napędowym przedmiotowego samochodu wynosi 131 kW, a moce maksymalne dwóch zastosowanych w nim silników elektrycznych wynoszą 128 kW, co oznacza że pojazd dysponuje dużą mocą napędu elektrycznego równoważną z mocą napędu benzynowego. Taki stosunek mocy jest rzadko spotykany w pojazdach typu PHEV, które często dysponują małą mocą silników elektrycznych i z tego punktu widzenia są znacznie mniej „elektryczne” pomimo możliwości ich doładowania z zewnątrz.

W konsekwencji nie sposób też uznać jakoby kwestionowana reklama naruszała art. 8 i art. 10 ust. 1 a) Kodeksu Etyki Reklamy.

Podsumowując, zarzuty skargi konsumenckiej należy uznać za nieuzasadnione.

Załączniki:

- 1/ Przykładowe Świadczenie zgodności dla RAV 4
- 2/ Skan przykładowego dowodu rejestracyjnego Toyota Rav 4 hybrid
- 3/ Badanie Politechniki Krakowskiej
- 4/ Zestawienie Europejskiego Stowarzyszenia Producentów (ACEA)” – pisownia oryginalna



3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający biorąc pod uwagę szczegółowe wyjaśnienia Skarżonego przekazane w odpowiedzi na skargę oraz przedłożoną analizę Politechniki Krakowskiej i nie podzielił zarzutów Skarżącego nie dopatrując się w przedmiotowej reklamie naruszenia norm art. 8 i art. 10 ust. 1 a) Kodeksu Etyki Reklamy.

Zdaniem Zespołu Orzekającego przedmiotowa reklama opatrzona hasłem „samoladujący elektryczny napęd hybrydowy” nie nadużywa zaufania odbiorców, ani też nie wykorzystuje ich braku doświadczenia lub wiedzy.

Ponadto zdaniem Zespołu, reklama nie wprowadza w błąd jej odbiorców, w szczególności w odniesieniu do istotnych cech, w tym właściwości reklamowanego produktu.

Biorąc pod uwagę, że w komunikacji marketingowej pojęcia: hybrydowy pojazd elektryczny hybrid electric vehicle (HEV) oraz samoladujący (self-charging) są już pewien czas stosowane, konsumenci nie powinni mieć problemów z ich zrozumieniem.

Zespół wziął również pod uwagę, że decyzja o zakupie pojazdu jest podejmowana nie tylko na bazie samego przekazu reklamowego ale również na podstawie wielu analiz i przemyśleń i rozważny, dobrze poinformowany, uważny i ostrożny przeciętny konsument nie będzie podejrzewał, że ma do czynienia z perpetuum mobile i że napęd reklamowanego pojazdu bierze energię znikąd.

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.