



Uchwała Nr ZO/027/21odw

z dnia 5 maja 2021 roku

Zespołu Odwoławczego

w sprawie rozpatrzenia Odwołania od Uchwały Nr ZO/010/21u

dotyczącej skargi o sygnaturze akt KER/019/21

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

- 1) Zuzanna Warowna-Toruńska – przewodnicząca,
- 2) Bohdan Pawłowicz – członek,
- 3) Małgorzata Domaszewicz – członkini,

na posiedzeniu w dniu 5 maja 2021 roku, po rozpatrzeniu Odwołania od Uchwały z dnia 24 marca 2021 roku nr ZO/010/21u, dotyczącej skargi w sprawie o sygnaturze akt K/019/21

postanawia oddalić Odwołanie.

2. Zespół Odwoławczy ustalił i zważył, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęło złożone na podstawie pkt. 50 Regulaminu rozpatrywania skarg (bliższe dane w aktach sprawy) Odwołanie Skarżącego od Uchwały nr 010/21u dotyczącej skargi w sprawie o sygnaturze akt KER/019/21.

W myśl pkt. 51 Regulaminu rozpatrywania skarg podstawę Odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznanne zainteresowanej stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały.

Zespół Odwoławczy stwierdził, że w świetle treści Odwołania nie pojawiły się nowe okoliczności mające znamiona nowych faktów i dowodów w rozumieniu przywołanego wyżej postanowienia pkt. 51.



Zespół Odwoławczy uznał, iż Odwołanie w swojej istocie stanowi polemikę z podjętą w sprawie pierwotną Uchwałą.

Jednocześnie, Zespół Odwoławczy pragnie zauważyć szereg okoliczności, które wziął pod uwagę przy rozpatrywaniu przedmiotowego Odwołania.

W pierwszej kolejności Zespół Odwoławczy pragnie zwrócić uwagę na fakt, iż zabieg polegający na wskazaniu najbardziej korzystnego aspektu promocji reklamowanych produktów (z punktu widzenia konsumenta) jest działaniem często stosowanym oraz stanowi dozwoloną reklamę – o ile w jej treści pojawia się również całościowa informacja np. dotycząca tego, iż dana obniżka obejmuje konkretną grupę produktów.

Zespół Odwoławczy pragnie w tym miejscu wskazać, iż w treści kwestionowanej reklamy w sposób wyraźny zaznaczono, iż reklamujący oferuje dane produkty z obniżką „nawet do 80%”, co w sposób jasny wskazuje, iż przecena nie jest jednolita w przypadku wszystkich produktów, a wysokość zniżki może się różnić (w tym może być niższa niż 80%).

Zespół Odwoławczy ponadto rozumie, iż zamysłem reklamodawcy było wywołanie zaciekawienia u potencjalnego konsumenta, który w założeniu po wstępnym zainteresowaniu oferowaną promocją na wybrane produkty, zgłębił by swoją wiedzę co do dokładnych warunków promocji, w zależności od tego, jaki produkt zainteresowałby go w perspektywie zakupienia go.

Zespół Odwoławczy pragnie również podkreślić, iż z racji swojego (z założenia) skrótowego charakteru, reklama nie ma na celu przekazywania kompleksowych informacji, a jedynie głównych założeń dotyczących danego, reklamowanego produktu.

W związku z powyższym, na podstawie pkt. 55 a) Regulaminu rozpatrywania skarg Zespół Odwoławczy orzekł jak w pkt. 1 uchwały.