



Uchwała Nr ZO/098/21u
z dnia 6 października 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/142/21

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

- Olaf Krynicki – przewodniczący;
- Zofia Sanejko – członkini;
- Agnieszka Przewoźnik – członkini;

na posiedzeniu w dniu 6 października 2021 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/142/21 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „Skarżący”), przeciwko Credit Agricole Bank Polska S.A. z siedzibą we Wrocławiu (dalej „Skarżony”), w sprawie dotyczącej reklamy radiowej

postanawia

uznać, iż skarga narusza standardy zawarte w KER, i należy wprowadzić do reklamy w najbliższym możliwym czasie zmiany usuwające ww. naruszenia.

Uzasadnienie

Zespół Orzekający po dokonaniu analizy materiału dowodowego w sprawie uznał, iż reklamodawca dopuścił się naruszenia standardów przekazu reklamowego zawierającego informacje o charakterze ekologicznym w ten sposób, iż posłużył się determinującym określeniem stwierdzającym, iż korzystanie z reklamowanego produktu doprowadzi do tego, iż potencjonalny konsument będzie „eko”.

Zespół Orzekający pragnie zwrócić uwagę na fakt, iż z względu na nadal rozwijającą się świadomość społeczną wokół kwestii związanych z ochroną środowiska reklamodawcy powinni zachowywać szczególną ostrożność przy konstruowaniu przekazu reklamowego, który może wskazywać na możliwość osiągnięcia w prosty sposób celu polegającego na byciu w pełni ekologicznym.

Zespół Orzekający zdecydował się na wskazanie możliwości wykorzystania trybu niedokonanego oraz np. polegającego na wykorzystaniu sformułowań przypuszczających oraz niepewnych. W ocenie Zespołu



Orzekającego takie sformułowanie jak np. „bądź bardziej ekologiczny”, może nie wywoływać fałszywego poczucia u potencjalnych konsumentów, iż są w stanie np. funkcjonować w pełni bez emisji.

W świetle powyższych ustaleń, Zespół Orzekający orzekł jak w osnowie uchwały.

Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne

Zespół Orzekający ustalił, iż Skarżący za wskazał, iż w skarżonej reklamie *pada nadużycie w sformułowaniu, że możesz mieć kartę z ekotworzywa i być eko*. Skarżący wskazał, iż posiadanie karty z ekotworzywa nie uczyni nikogo eko. Uznał tego rodzaju sformułowanie za nadużycie oraz zbyt duży skrót myślowy.

Zespół Orzekający dokonał weryfikacji powyższych twierdzeń, również w ramach wysłuchania stanowiska Skarżonego. W ramach wyjaśnień strona Skarżona wskazała, iż dla poprawnego zrozumienia skarżonej reklamy kluczowy pozostaje cały kontekst, w którym zawarta jest informacja o możliwości bycia eko przy zakupie karty stworzonej z ekotworzywa. W ocenie Skarżonego wskazuje on na taki wydzźwięk kwestionowanego stwierdzenia, który nie prowadzi do mylnego przekonania potencjalnego konsumenta, iż zakup karty jest jedyną czynnością, którą ten musi wykonać, aby stać się „eko”.

Zdanie odrębne arbiter Zofii Sanejko

Argumenty strony Skarżonej przekonały mnie w kwestii intencji reklamodawcy wyrażonej w zdaniu „bądź eko”. W mojej ocenie dość oczywiste jest, że samo posiadanie ekologicznej karty bankowej nie wystarczy jeszcze, aby „być eko” ale może być kolejnym krokiem w dążeniu do tego aby dbać o planetę. „Bądź eko” w tym wypadku rozumiem jako: „staraj się w każdym możliwym wypadku wybierać rozwiązania ekologiczne, a wybór naszej karty jest jednym z tych rozwiązań”. Ponieważ niestety nie da się całkowicie wyeliminować z życia działań szkodzących środowisku, należy doceniać starania tych producentów i usługodawców, którzy podejmują wysiłek aby zmniejszać w miarę możliwości szkodliwość swojej aktywności i promować postawy ekologiczne.