



**Uchwała Nr ZO/128/21u
z dnia 8 grudnia 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/191/21**

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

- **Sławomir Skowerski – przewodniczący;**
- **Teresa Wierzbowska – członkini;**
- **Beata Dziwulska – członkini;**

na posiedzeniu w dniu 8 grudnia 2021 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/191/21, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „**Skarżący**”), przeciwko Probasket.pl (dalej „**Skarżony**”), w sprawie dotyczącej reklamy internetowej butów sportowych Converse Weapon CX

postanawia

skargę uwzględnić z zaznaczeniem, iż Skarżony może wprowadzić takie zmiany w kwestionowanym przekazie reklamowym, które doprowadzi do usunięcia naruszeń.

Uzasadnienie

Zespół Orzekający w przedmiotowej sprawie uznał, że zgodnie z zarzutami przedstawionymi w skardze, przekaz reklamowy nie został w sposób wystarczająco jasno oznakowany jako reklama. Zespół Orzekający pragnie tym samym podkreślić, iż nawet nieodpłatne materiały PR powinny zostać każdorazowo oznakowane jako materiały sponsorowane jeśli są przedmiotem współpracy sponsorskiej. Oznakowanie takie powinno znajdować się w widocznym miejscu, najlepiej na początku materiału.

Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne

Zdaniem Skarżącego reklamodawca poprzez brak jasnego oznakowania zamieszczonych materiałów sponsorowanych mógł doprowadzić do naruszenia art. 8 oraz 9 KER poprzez wprowadzenie potencjalnych konsumentów w błąd.



Skarżony w swoim stanowisku poinformował, iż nie było to zamierzone działanie i nie zdawał sobie sprawy z tego, iż treści, które zamieszcza na swojej stronie internetowej powinny być oznakowane w ww. sposób.

Zdania odrębne

Brak.