



Uchwała Nr ZO/134/21o

z dnia 8 grudnia 2021 r.

Zespołu Orzekającego

w sprawie o sygn.:

KER/209/21

OPINIA KER – w sprawie skarg na przekaz reklamowy

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy

Grottgera 9/3

00-785 Warszawa

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

- Wojciech Piwocki – przewodniczący;
- Zuzanna Warowna-Toruńska – członkini;
- Olaf Krynicki - członek

DO

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”;

PGE Polska Grupa Energetyczna z siedzibą w Warszawie, zwany dalej „Reklamodawcą”

OPINIA – 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 przedmiotowego przekazu reklamowego pod kątem zgodności z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt KER/209/21. Przedmiotem skargi była reklama internetowa dotycząca proekologicznych działań grupy PGE.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w reklamie dopatrywał się wprowadzenia konsumenta w błąd oraz naruszeń w zakresie konstrukcji przekazu reklamowego dot. informacji o charakterze ekologicznym.



Zespół Orzekający zważył co następuje:

Opinia-ocena Zespołu Orzekającego KER w zakresie oceny przedmiotowej reklamy z ogólnie przyjętymi standardami etycznymi oraz dobrymi praktykami rynkowymi

Zespół Orzekający dokonując oceny przekazu reklamowego uznał, że skarżona reklama nie naruszyła standardów wynikających z Kodeksu Etyki Reklamy. Zespół Orzekający uznał, iż dochowano odpowiedniej staranności, wyjaśniając, w jaki konkretnie sposób reklamodawca zamierza spełnić założenia przedstawione w kwestionowanym przekazie.

W skarżonej reklamie zdaniem Zespołu Orzekającego nie doszło ponadto do nadużycia takich wyrażen jak „niedługo”, przez co reklamodawca pozostawił wiele miejsca na dowolną interpretację takich pojęć oraz zdjął z siebie ryzyko rozliczenia przez konsumentów obietnic powielanych w przekazie reklamowym.

Zespół Orzekający zachęca do ewentualnego wprowadzenia skonkretyzowanych przedziałów czasowych, w których reklamodawca zamierzałby przeprowadzić opisywane działania proekologiczne.

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy w sposób wskazany na naszej stronie internetowej 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 Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.

Zdania odrębne¹

brak

¹ Jeśli zostały złożone.