



**Uchwała Nr ZO/016/22o
z dnia 10 marca 2022 r.
Zespołu Orzekającego
w połączonych sprawach o sygn.:
KER/024/22 oraz KER/026/22**

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;**
- **Olaf Krynicki - członek;**
- **Maciej Lissowski – członek;**

DO

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

Towarzystwo Gospodarcze Polskie Elekrownie, zwany dalej „Reklamodawcą”

OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumentkimi, 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 wpłynęły skargi o sygnaturach akt KER/024/22 oraz KER/026/22. Przedmiotem skargi była reklama Towarzystwa Gospodarczego Polskie Elekrownie informująca o elementach, które składają się na finalną cenę, którą za energię ponosi klient.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż pomimo faktu, że cyt. reklama nie jest reklamą produktu można ją uznać za reklamę komercyjną, gdyż jej celem jest poprawa wizerunku rządu



oraz spółek energetycznych Skarbu Państwa, a to powinno być rozumiane jako reklama przedsiębiorstwa. W ocenie Skarżącego przekaz nie jest również kampanią społeczną, gdyż celowo wprowadza konsumentów w błąd.

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 podzielił zastrzeżeni Skarżącego oraz podjął decyzję o zdecydowanym stwierdzeniu faktu łamania standardów rzetelnego przekazu reklamowego przez reklamodawcę w przedmiotowej sprawie.

W pierwszej kolejności, celem jednoznacznego wskazania powodów przyjęcia i rozpatrzenia skargi w ramach kompetencji Komisji Etyki Rady Reklamy, Zespół Orzekający stwierdził, iż kwestionowany przekaz odnosi się do konkretnych właściwości oraz ceny oferowanego produktu. W związku z ustaleniem przez Zespół Orzekający, iż w istocie reklamodawca w ramach swoich działań informował potencjalnych konsumentów o ww. właściwościach oferowanych usług/produktu, sama kampania zasługuje na miano kampanii usługowej i produktowej. W żadnym razie nie może tu być mowy o prowadzeniu przez reklamodawcę kampanii edukacyjnej lub projektu edukacyjnego.

Zespół Orzekający pragnie stanowczo podkreślić, iż kampania edukacyjna odznacza się przekazem neutralnym, obiektywnym oraz rzetelnym – mającym przy tym na celu edukowanie w zakresie tematów istotnych społecznie. W przedmiotowej sprawie doszło do skierowania przekazu wprowadzającego potencjalnych konsumentów w błąd – mając przy tym na celu pomniejszenie odpowiedzialności zaangażowanych w kampanię podmiotów – zainteresowanych usługodawców – wobec rosnących cen energii.

Ponadto, informacje przekazane przez podmiot skarżony zostały sformułowane – w ocenie Zespołu Orzekającego – w sposób nieuwzględniający wyjściowego stanu wiedzy przeciętnego konsumenta, który nie posiada dogłębnych informacji odnoszących się do kształtowania się cen końcowych energii. Zespół Orzekający wskazał, iż informacja o tym, że za 60% kosztów energii odpowiada polityka klimatyczna Unii Europejskiej może być zrozumiana w taki sposób, iż ww. polityka klimatyczna odpowiedzialna jest za 60% ceny za prąd, jaki do zapłaty otrzymuje konsument detaliczny. To z kolei stanowi nieprawdę. Faktycznie, jak wykazały liczne analizy, w tym Komisji Europejskiej oraz Forum Energii, jest to bliższe 20%.

Uproszczone równanie, wskazujące jednoznacznie na połączenie założeń polityki klimatycznej Unii Europejskiej z wzrostem cen za prąd, stanowi zbyt daleko posuniętą oraz uproszczoną w sposób wprowadzający konsumentów w błąd sugestię ze strony podmiotu skarżonego.

Zespół Orzekający podziela stanowisko podkreślone przez Skarżącego, iż Skarżony dopuścił się takiej manipulacji prezentowanego przekazu, który mógł doprowadzić do uznania przez potencjalnych konsumentów wyłącznej winy polityki klimatycznej Unii Europejskiej za wzrost cen energii.



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 odrębne

brak