



**Uchwała Nr ZO/045/22u
z dnia 18 maja 2022 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/057/22**

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

- **Mariusz Ryciak - Przewodniczący;**
- **Anna Gumkowska - członkini;**
- **Jaromir Sroga – członek;**

na posiedzeniu w dniu 18 maja 2022 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/057/22, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „**Skarżący**”), przeciwko Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej „**Skarżony**”), w sprawie dotyczącej reklamy promocji

postanawia

skargę uwzględnić.

Uzasadnienie

Zespół orzekający po dokonaniu analizy materiału w przedmiotowej sprawie stwierdził, iż w przedmiotowej reklamie doszło do naruszenia standardów etycznych w reklamie – w szczególności w zakresie przejrzystości regulaminu promocji.

W ocenie Zespołu Orzekającego, w treści samej reklamy brakuje kluczowych informacji przedstawionej w sposób jasny oraz precyzyjny dla konsumenta. Według Zespołu Orzekającego, zestawienie informacji dot. vouchera, wartości w pieniądzu oraz ograniczenia produktów korzystających z promocji do 3 sztuk może wprowadzić konsumenta w błąd co do szczegółów i zasad promocji.



Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne

Według Skarżącego reklama nie odzwierciedliła rzeczywistych zasad kierujących promocją, w efekcie wprowadzając w błąd co do możliwości zakupu konkretnych produktów w jej ramach, w tym również w zakresie cen im przypisanych.

Skarżony odrzucił stawiane mu zarzuty wskazując, iż nie doszło do naruszenia zasad informowania o promocji, a wszelkie informacje jej dotyczące zostały wskazane na stronie internetowej w regulaminie promocji.

Zdania odrębne

Brak