



**Uchwała Nr ZO/007/23u  
z dnia 25 stycznia 2023 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/107/22**

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

- **Marcin Kozłowski – przewodniczący**
- **Zuzanna Warowna-Toruńska – członkini**
- **Kamil Bolek – członek**

na posiedzeniu w dniu 25 stycznia 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/107/22, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Polmos Bielsko-Biała S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej, w sprawie dotyczącej przekazu dotyczącego mocnego alkoholu znajdującego się na portalu internetowym [www.portalspozywczy.pl](http://www.portalspozywczy.pl)

**postanawia**

**skargę oddalić.**

**Uzasadnienie**

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej: „KER”) konsument (dalej: „Skarżący”) wskazał, że Polmos Bielsko-Biała S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej (dalej: „Skarżona”) stosowała reklamę mocnego alkoholu „Biały Bocian KLE KLE” na otwartym portalu dostępnym również dla osób poniżej 18 roku życia i jako taka narusza normy Kodeksu Etyki Reklamy.

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie pismem z dnia 14 listopada 2022 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed Komisją Etyki Reklamy.



Skarżona wskazała, że skarga odwołuje się do publikacji o charakterze informacji branżowej dokonanej w ramach publikatora [www.portalspozywczy.pl](http://www.portalspozywczy.pl).

Publikator ma charakter branżowy i służy wyłącznie przekazywaniu przez podmioty profesjonalne informacji produktowej innym profesjonalistom (w przypadku Skarżonej przekazuje ona jako producent informacje o nowych produktach podmiotom zajmującym się ich hurtową sprzedażą). Dodatkowo, każda osoba, która chce uzyskać dostęp do sekcji „Alkohole i używki” musi potwierdzić, że jest osobą dorosłą, poprzez potwierdzenie ukończenia 18 lat.

Oznacza to, w ocenie Skarżonej, że skarżony przekaz nie stanowi reklamy napojów alkoholowych w rozumieniu ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, który stanowi, że reklamą napojów alkoholowych jest *publiczne rozpowszechnianie znaków towarowych napojów alkoholowych lub symboli graficznych z nimi związanych, a także nazw i symboli graficznych przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, nieróżniących się od nazw i symboli graficznych napojów alkoholowych, służące popularyzowaniu znaków towarowych napojów alkoholowych; za reklamę nie uważa się informacji używanych do celów handlowych pomiędzy przedsiębiorcami zajmującymi się produkcją, obrotem hurtowym i handlem napojami alkoholowymi* (art. 2<sup>1</sup> ust. 1 pkt 3).

Na posiedzeniu w dniu 25 stycznia 2024 roku obecny przedstawiciel Skarżonej poparł dotychczas przedstawione stanowisko.

#### **Zespół Orzekający zważył, co następuje.**

W ocenie Zespołu Orzekającego, kwestionowane przekazy odnoszące się do mocnych (spirytusowych) alkoholi, w zakresie wskazanym przez Skarżącego, nie budzą wątpliwości punktu widzenia przyjętych zasad etyki wyrażonych w obowiązującym Kodeksie Etyki Reklamy.

Skarżone przekazy zostały zamieszczone na portalu [www.portalspozywczy.pl](http://www.portalspozywczy.pl), który jest serwisem branżowym, skierowanym zasadniczo do odbiorców będących profesjonalistami. Nie jest to portal, którego docelowymi odbiorcami są konsumenci. Nadto, kwestionowane przekazy zostały skierowane do wyselekcjonowanej grupy odbiorców, tj. osób dorosłych, którzy ukończyli 18 lat.

Mając to na uwadze, należy stwierdzić, że Skarżona wykazała się dochowaniem należytej staranności przy dystrybuowaniu skarżonych przekazów. Tym samym, w ocenie Zespołu Orzekającego, nie doszło w tym zakresie do obrazy zasad etyki reklamy wywodzonych z obowiązujących postanowień Kodeksu Etyki Reklamy.



Mając na względzie powyższe, Zespół Orzekający, na podstawie art. 49 lit. b Regulaminu Rozpatrywania Skarg, postanowił skargę oddalić.

#### **Zdania odrębne**

Brak.

*Zgodnie z pkt. 59 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Strony mogą odwoływać się od Uchwały Zespołu Orzekającego w terminie dziesięciu dni roboczych od doręczenia Uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznanne Zespołowi Orzekającemu w dacie podjęcia Uchwały, od której Strona wnosi odwołanie.*