RADA REKLAMY

Uchwała Nr ZO/009/23u
z dnia 25 stycznia 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/105/22

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/105/22, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Gminie Gostyń, w sprawie dotyczącej przekazu promującego korzystanie z gostyńskiej „kranówki",

postanawia

skargę oddalić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej: „KER") konsument (dalej: „Skarżący") wskazał, że Gmina Gostyń (dalej: „Skarżona") stosowała przekaz promujący korzystanie z gostyńskiej „kranówki". Komunikacja posługiwała się hasłem „Bądź EKO! Pij gostyńską kranówkę" oraz wskazywała na cenę 4,14 zł za 1000 litrów wody. Przekaz miał być obecny w sieci internet oraz na banerach przy drodze. W ocenie Skarżącego reklama wprowadza w błąd w zakresie oferowanej ceny wody.

Zgodnie ze stanowiskiem Skarżącego:
Z treści reklamy wynika, że 1000 litrów gostyńskiej kranówki kosztuje tylko 4,14zł. Analizując ostatni rachunek ,który otrzymałem na początku lipca tego roku , w żadnym miejscu nie widnieje wspomniana kwota 4,14zł

Rachunek za wodę obejmuje (woda, ścieki, abonament ścieki, abonament woda) W reklamie nie pofatygowano się nawet o określenie czy 4,14zł to kwota netto czy brutto Wstrzymam się od oceny tej reklamy i proszę o sprawdzenie czy nie wprowadza ona w błąd
[pisownia oryginalna]

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 8 oraz art. 10 Kodeksu Etyki Reklamy:

Art. 8
Reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy.
Art. 10
1. Ponadto reklamy nie mogą wprowadzać w błąd jej odbiorców, w szczególności w odniesieniu do:
a) istotnych cech, w tym właściwości, składu, metody, daty produkcji, przydatności, ilości, pochodzenia (w tym geograficznego) reklamowanego produktu;
b) wartości produktu i jego rzeczywistej ceny oraz warunków płatności, w szczególności takich jak sprzedaż ratalna, leasing, sprzedaż na kredyt, sprzedaż okazyjna;
c) warunków dostawy, wymiany, zwrotu, napraw i konserwacji;
d) warunków gwarancji;
e) praw własności intelektualnej i przemysłowej, takich jak w szczególności patenty, nazwy, znaki towarowe oraz wzory przemysłowe i modele;
f) urzędowych zezwoleń lub atestów, nagród, medali i dyplomów;
g) zakresu świadczeń przedsiębiorcy na cele dobroczynne.
2. Użyte w reklamie dane oraz nieobjęte tym pojęciem w rozumieniu Kodeksu terminy naukowe, cytaty z publikacji technicznych lub naukowych muszą wskazywać źródło oraz nie mogą być używane w sposób wprowadzający w błąd. Dane muszą być prezentowane w sposób poprawny metodologicznie. Prezentacja danych statystycznych musi w szczególności uwzględniać reguły wnioskowania statystycznego, w tym zjawiska błędu statystycznego.

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie pismem z dnia 9 listopada 2022 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed Komisją Etyki Reklamy.

Skarżona wskazała, że akcja informacyjna dotycząca gostyńskiej kranówki miała miejsce od czerwca do końca sierpnia 2022 r. i została już zakończona. Skarżona przesłała decyzję PO.RZT.70.194.2021/D/PH oraz cennik zatwierdzony przez Państwowe Gospodarstwo Wodne Wody Polskie. Z tego dokumentu wynika, iż 1 metr sześcienny gostyńskiej kranówki kosztuje 4,14 zł.

Nadto, Skarżona poinformowała, że z racji tego, iż akcja informacyjna skierowana była do mieszkańców Gminy Gostyń, a zatem osób fizycznych (konsumentów), w przekazanie pokazana była kwota brutto. Niemniej, chcąc spełnić oczekiwania odbiorców stosowanych komunikatów, w następnych akcjach informacyjnych zawierających cenę produktu lub usługi, Gmina zaznaczać będzie, że podaje cenę brutto.

Na posiedzeniu w dniu 24 stycznia 2024 roku obecny przedstawiciel Skarżonej poparł dotychczas przedstawione stanowisko.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

W ocenie Zespołu Orzekającego, kwestionowana komunikacja, posługująca się hasłem „Bądź EKO! Pij gostyńską kranówkę" oraz wskazująca na cenę 4,14 zł za 1000 litrów nie wprowadzała w błąd jej odbiorców i nie wykorzystywała ich zaufania, w szczególności w odniesieniu do wartości produktu (usługi) i jego rzeczywistej ceny.

Zgodnie z przedstawioną taryfą zawierającą ceny i stawki opłat za zbiorowe zaopatrzenia w wodę i zbiorowe odprowadzanie ścieków, zatwierdzoną decyzją z dnia 4 czerwca 2021 r., znak: PO.RZT.70.194.2021/D/PH, cena brutto za 1 metr sześcienny wody w okresie od 13 do 24 miesiąca obowiązywania nowej taryfy wynosiła 4,14 zł. Zgodnie z oświadczeniem Skarżonej złożonym na posiedzeniu, ww. cena obowiązywała w czasie trwania kampanii.

Mając to na uwadze, w ocenie Zespołu Orzekającego, nie doszło do obrazy art. 8 i 10 Kodeksu Etyki Reklamy.

Niemniej, mając na uwadze stan faktyczny niniejszej sprawy, a także szczególnie istotne zagadnienie, jakim jest odnoszenie się w przekazie do wartości produktu lub usługi, Zespół Orzekający przekazuje następujące zalecenia. W komunikacji odnoszącej się do wartości produktu lub usługi, szczególnie istotne jest rzetelne wskazywanie na wszelkie istotne okoliczności odnoszące się do rzeczonej cechy. W szczególności reklamodawca powinien wskazać na okoliczności warunkujące otrzymanie przez konsumenta konkretnej ceny. Jedną z takich okoliczności jest czas obowiązywania oferty (taryfy). Zdaniem Zespołu Orzekającego, w sytuacji zmienności ceny obowiązującej na promowany produkt czy usługę, zasadne jest wyraźne określanie ram czasowych obowiązywania oferty. Niejednokrotnie zdarza się, że komunikacja funkcjonuje w przestrzeni publicznej w czasie, gdy promowana oferta jest już nieaktualna, co może wywoływać konfuzję po stronie odbiorców.

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, nieznane Zespołowi Orzekającemu w dacie podjęcia Uchwały, od której Strona wnosi odwołanie.