



**Uchwała Nr ZO/015/23o
z dnia 1 marca 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/151/22**

OPINIA KER – w sprawie skargi na przekaz reklamowy

**Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy
Grottgera 9/3
00-785 Warszawa**

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

- **Beata Ptaszyńska-Jedynak - przewodnicząca**
- **Paulina Zyśk-Lisica – członkini**
- **Jacek Pawlak – członek**

do

Konsumenta (dane w aktach sprawy), zwanego dalej „Skarżącym” oraz PKN Orlen S.A. z siedzibą w Płocku, zwanej dalej „Skarżoną”.

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 przedstawionego przekazu reklamowego pod kątem zgodności z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt KER/151/22. Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna odnosząca się do cen paliw PKN Orlen.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż reklama w formie wywiadu z ekonomistą Orlen, z wykresami słupkowymi w tle, może zawierać nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje.

Zgodnie ze stanowiskiem Skarżącego:

Okolo 2 tygodnie temu w reklamie były nieaktualne ceny ropy.

Potem je poprawili, ale reklama nadal jest manipulacją.

Podawane wzrosty są oparte o średnie z tendencyjnie wybranych okresów.

Nie podano udziału składowych w koszcie wytworzenia paliw (np. gaz nie stanowi dużego udziału w koszcie).

Odniesiono się do płacy minimalnej a nie średniej krajowej.

Nie odniesiono się do siły nabywczej na tle UE.

Porównano w Europie ceny brutto, a powinny być porównywane ceny netto.

[pisownia oryginalna]

Skarżona nie przedstawiła stanowiska w sprawie.

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 uznał, iż skarżona reklama jest zgodna z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Ekonomista wymienia główne koszty produkcji paliw oraz wskazuje, że koszty te są zbliżone do wszystkich rafinerii w Europie. Następnie ekonomista wypowiada następującą kwestię: „Mimo, że wszyscy w Europie ponosimy podobne koszty, ceny paliw w Polsce ciągle należą do najniższych w Unii Europejskiej”.

Jednocześnie, w tle pojawia się tablica „Koszty związane z produkcją paliw” z danymi procentowymi odnoszącymi się do składowych ceny paliw, z przypisem „Wzrost średnich cen luty – październik 2022”. Następnie pojawia się tablica „Ceny paliw w Europie” z mapą Europy z oznaczeniami kolorystycznymi poszczególnych krajów, które mają symbolizować poziom ceny paliwa, wraz ze wskazaniem źródła: „e-petrol 17.11.2022”.

Zespół Orzekający zwraca uwagę, że tezy stawiane przez ekonomistę w jego wypowiedzi mają charakter ogólny i nie poddają się jednoznacznej ocenie pod kątem ich prawdziwości. Wskazane twierdzenia mają charakter ogólnikowy i są pojemne w swojej treści. Należy w szczególności zauważyć, że nie pojawia się twierdzenie, jakoby ceny paliw w Polsce były najniższe w Unii Europejskiej, a jedynie,



że „należą do najniższych”. Wypowiedź ekonomisty jest zobrazowana wyżej opisaną grafiką wraz ze wskazaniem źródła danych.

Jakkolwiek Zespół Orzekający nie uznaje naruszenia przez skarżony przekaz powszechnie przyjętych zasad etyki, tak pragnie zwrócić uwagę na aspekt szczegółowości i spójności przedstawianych w reklamach tez. Po pierwsze, grafika „Koszty związane z produkcją paliw” nie jest jasna i odnosi się do poziomu wzrostu średnich cen (luty – październik 2022), nie zaś do faktycznego udziału danego elementu w ogólnym koszcie paliwa. Po drugie, ekonomista nie wyjaśnia, jakie są przyjęte „widełki” cenowe i szeroko pojęte przesłanki ich określenia, pozwalające na wysnucie tezy, że Polska jest jednym z krajów z najniższymi cenami paliwa. Nadto, ekonomista wskazuje na porównanie cen paliwa w Polsce do innych krajów – nie jest jednak jasne, jakich (Unii Europejskiej czy całej Europy), przekaz jest tutaj niejednoznaczny. Wreszcie, wizerunek Polski na mapie zaznaczony jest najjaśniejszym kolorem, co może sugerować, że ceny paliw są najniższe w Polsce, podczas gdy wypowiedź ekonomisty wskazuje jedynie, że Polska ma jedne z najniższych cen.

Mając to na względzie, Zespół Orzekający zaleca staranne i czytelne prezentowanie danych w przekazach reklamowych oraz zachowywanie spójności warstwy słownej i graficznej przekazu, aby zniwelować ryzyko wprowadzenie konsumentów w błąd.

W przypadku 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 skargi, Zespół Orzekający ocenił przedmiotową reklamę jak w osnowie niniejszej Uchwały.

Zdania odrębne

Brak

Zgodnie z pkt. 59 w zw. z art. 35 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Skarżący może 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.