



**Uchwała Nr ZO/090/23u
z dnia 27 września 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/082/23**

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

- **Beata Dziwulska - członkini**
- **Piotr Wasilewski – przewodniczący**
- **Sławek Skowerski - członek**

na posiedzeniu w dniu 27 września 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/082/23 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko HJ Heinz Polska sp. z o.o. z siedzibą w Krobi,

postanawia

skargę oddalić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że HJ Heinz Polska sp. z o.o. z siedzibą w Krobi (dalej także: „Skarżona”) stosowała reklamę internetową naruszającą zasady etyki.

Zgodnie ze skargą:

"poznaj dania z dobrym składem"

W momencie przeglądania strony, po pojawieniu się tej reklamy nie da się przez dłuższy czas przewinąć strony dalej, co utrudnia zapoznanie się z treścią strony nawet przez osobę, która tą reklamą zainteresowana nie jest. Nie dostrzegłem przycisku "zamknij", dopóki nie kliknąłem w reklamę i dopóki nie rozwinęła się ona na cały ekran, prezentując kolejne filmiki. Strona dała się przewinąć dalej dopiero po zamknięciu reklamy. Jest to siłowe wymuszenie obejrzenia reklamy przez osobę nie zainteresowaną, kradzież transferu niezainteresowanego użytkownika (w instalacjach mobilnych), czyli de facto wyłudzenie pieniędzy dla osoby trzeciej, potencjalnie dla operatora udostępniającego limitowany transfer internetowy. Ponadto jest to narażenie niezainteresowanego użytkownika na stratę czasu, poprzez opóźnienie zapoznania się z treścią strony np. przez osoby wykonujące prace dziennikarskie i nie tylko. Jednym słowem, naruszenie etyki graniczące ze zwykłym chamstwem, w rodzaju wstawiania



stopy między drzwiami. Wnioskuje o ukaranie autora reklamy i emitentów. Nadmieniam, że składam skargę ws. tej reklamy na danej konkretnej stronie, choć tego dnia miałem dokładnie z tą samą reklamą styczność na innych stronach wskazanego serwisu. Skargę składam po piątym spotkaniu się z tym nieetycznym produktem reklamowym. Ponadto wskazuję, że w podobny sposób zachowywały się niektóre inne reklamy, nie związane z reklamodawcą, ale w tym samym portalu. Może to wskazywać na powstawanie niebezpiecznego dla użytkowników trendu wyłudzenia transferu.

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym art. 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy:

Art. 2

1. Działania objęte postanowieniami Kodeksu będą wykonywane z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami, prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie w korespondencji z dnia 28 sierpnia 2023 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Skarżona wskazała, że niektóre urządzenia mogą spowalniać swoje działanie wskutek zbyt dużej ilości otwartych w przeglądarce okien. Zużywa to pamięć RAM, która jest ograniczona w zależności od urządzenia. Zbyt duża ilość otwartych okien, na co wskazuje załączony do skargi zrzut ekranu monitora Skarżącego, może mieć wpływ na płynność działania urządzenia i powodować problemy, podobne do wskazanych w treści skargi.

Skarżący wskazał również na podobne problemy przy wyświetlaniu innych przekazów reklamowych na portalu Wirtualna Polska. Wskazuje to na szerszy problem, który potencjalnie występował na platformach Grupy Wirtualna Polska.

Skarżona wskazuje również na jednoczesność wyświetlanych przez Skarżonego stron tego samego wydawcy. Może to spowalniać działanie platformy, a wręcz uniemożliwiać jej sprawne funkcjonowanie.

Skarżona poważnie traktuje wszelkie sygnały o ewentualnych nieprawidłowościach pochodzące od konsumentów. Po otrzymanej skardze wszczęła wewnętrzne postępowanie wyjaśniające, które nie wykazało nieprawidłowości. Spółka nie zleca ani nie emituje reklam uciążliwych dla odbiorcy, umożliwiając odbiorcy w każdym czasie usunięcie reklamy z zasięgu odbioru (poprzez przewinięcie reklamy bocznej lub zamknięcie reklamy pełnoekranowej). Tak było i w tym przypadku, gdzie reklama pełnoekranowa posiadała w lewym górnym rogu duży znak „X” oraz słowo „ZAMKNIJ”, po naciśnięciu którego reklama zamykała się i zniknęła z ekranu, natomiast reklamę boczną można było po prostu przewinąć i opcja ta nie była w żaden sposób zablokowana.



Mając to na uwadze, Skarżona wniosła o oddalenie skargi z uwagi na brak podstaw naruszenia norm Kodeksu Etyki Reklamy.

Na posiedzeniu w dniu 27 września 2023 roku obecny przedstawiciel Skarżonej poparł dotychczas przedstawione stanowisko.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

W ocenie Zespołu Orzekającego, skarżony przekaz nie narusza zasad etyki wyrażonych w Kodeksie Etyki Reklamy.

Zespół Orzekający nie dopatruje się w skarżonym przekazie działania, mającego na celu wymuszenie na konsumentach interakcji z reklamowaną treścią (produkt „Pudliszki”). KER, na podstawie załączonego przez Skarżącego materiału dowodowego w postaci zrzutów ekranu oraz mając na uwadze wyjaśnienia Skarżonej, przychyliła się do oceny, że przyczyną zaistniałego stanu faktycznego był problem natury technicznej. Problem ten mógł wynikać z zaistnienia różnych okoliczności, w szczególności przeciążenia urządzenia lub łącza internetowego używanych przez Skarżącego.

Z załączonego do skargi materiału dowodowego nie wynika, jakoby przyczyną zaistniałej usterki leżała po stronie Skarżonej. Na zdjęciu widoczny jest znak „X” i słowo „ZAMKNIJ”, którego funkcją jest zamknięcie reklamy. Nie można także potwierdzić braku możliwości przesunięcia przeglądarkanej strony internetowej (Wirtualna Polska) na etapie wyświetlania reklamy na pasku bocznym.

W związku z tym nie można uznać, jakoby skarżona reklama nie była wykonywana ze strony Skarżonej z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami i w poczuciu odpowiedzialności społecznej.

Mając na względzie powyższe, Zespół Orzekający, na podstawie pkt. 49 ust. 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.