



**Uchwała Nr ZO/099/23u
z dnia 29 listopada 2023 roku**

Zespołu Orzekającego

w sprawie o sygn.:

KER/191/23 B2B

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

- **Wojciech Piwocki - przewodniczący**
- **Maciej Korobacz – członek**
- **Dawid Kryszczyński – członek**

na posiedzeniu w dniu 29 listopada 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/191/23 B2B, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez Przemysława Śmigielą prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „in2DIFFERENCE Przemysław Śmigiel” z siedzibą w Guzowie, przeciwko Infact sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie, w sprawie dotyczącej reklamy pakietu Premium w ramach aplikacji księgowej Infact,

postanawia

skargę oddalić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej: „KER”) przez Przemysława Śmigielą prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „in2DIFFERENCE Przemysław Śmigiel” z siedzibą w Guzowie (dalej: „Skarżący”) wskazał, że Infact sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie (dalej: „Skarżona”) prowadzi w internecie kampanię reklamową wprowadzającą odbiorcę w błąd w zakresie oferowanych usług.

Zgodnie ze skargą Skarżącego:

Reklama, w postaci „Cennika” usług uwypuklającego korzyści płynące z zakupu konkretnych pakietów, zachęcająca do wyboru droższych wariantów. Zgodnie z komunikatem reklamowym pakiet Premium, oprócz funkcji oferowanych w tańszych odpowiednikach, zapewnia dodatkowo „wsparcie księgowe” specjalistów ds. księgowości.

Reklama złamała przepis Kodeksu Etyki Reklamy, o którym mowa w III. PODSTAWOWE ZASADY REKLAMY, art. 10, ppkt. 1. Ponadto reklamy nie mogą wprowadzać w błąd jej odbiorców, w



szczegółności w odniesieniu do: a) istotnych cech, w tym właściwości, składu, metody, daty produkcji, przydatności, ilości, pochodzenia (w tym geograficznego) reklamowanego produktu;

Reklama pakietu Premium gwarantuje „wsparcie księgowo” definiowane jako „infolinia i czat ze wsparciem specjalistów ds. księgowości, którzy odpowiedzą na pytania z zakresu księgowości w podanych przedziałach czasowych. Zgodnie z definicją Słownika Języka Polskiego, słowo „specjalista” oznacza „człowieka odznaczającego się gruntowną znajomością jakiejś dziedziny”. Reklama pakietu Premium, który jest dodatkowo płatny m.in. w związku z oferowanym „wsparciem księgowym”, zapewnia zatem odpowiedzi na pytania z zakresu księgowości realizowane przez specjalistę odznaczającego się „gruntowną znajomością zagadnień z zakresu księgowości”, tymczasem zgodnie z odpowiedzią na zgłoszenie (w załączniku, nr #963315) złożone po otrzymaniu błędnej, niezgodnej ze stanem faktycznym odpowiedzi w ramach ww. usługi, wynika, że informacja udzielana w ramach „wsparcia księgowego” jest wyłącznie informacją konsultanta (już nie specjalisty ds. księgowości, o którym mowa w komunikacie reklamowym). Dodatkowo, informacja przekazana przez wspomnianego konsultanta nie musi być poparta obowiązującym ustawodawstwem i przepisami regulującymi sprawy księgowe, a może być wyłącznie wytworem „jego najlepszej wiedzy”, za którą usługodawca/reklamodawca nie odpowiada.

Skarżący wskazał na naruszenie zasad etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 10 ust. 1 lit. a Kodeksu Etyki Reklamy:

Art. 10 ust. 1 lit. a

Ponadto reklamy nie mogą wprowadzać w błąd jej odbiorców, w szczególności w odniesieniu do istotnych cech, w tym właściwości, składu, metody, daty produkcji, przydatności, ilości, pochodzenia (w tym geograficznego) reklamowanego produktu.

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie w korespondencji z dnia 13 listopada 2023 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Skarżona podkreśliła, że skarga nie dotyczy sytuacji podlegającej uregulowaniu przez KER i tym samym nie kwalifikuje się do prowadzenia postępowania z uwagi na neutralność przekazu o charakterze informacyjnym dotyczącym zakresu usług i elementów składowych świadczenia. W związku z tym Skarżona wnosi o odrzucenie skargi i umorzenie postępowania, a w razie uznania, że skarga podlega uregulowaniom Kodeksu Etyki Reklamy, o oddalenie skargi bądź wydanie opinii, że w niniejszej sprawie nie doszło do naruszenia Kodeksu Etyki Reklamy.

Skarżona wskazała, że oferuje przedsiębiorcom aplikację księgową w wersji strony internetowej oraz w wersji mobilnej, na którą składa się program do fakturowania oraz program do samodzielnego prowadzenia księgowości. Skarżona świadczy również usługi księgowe z dedykowanym danemu klientowi księgowym.

Skarżący nie wykupił dedykowanej usługi księgowej i nie posiadał stałej, dedykowanej opieki księgowego. Korzystał jedynie z programu do fakturowania oraz samodzielnego prowadzenia



księgowości w wariantcie Planu Premium, w którego zakres wchodzi m.in. „wsparcie księgowe” - „infolinia i czat ze wsparciem specjalistów ds. księgowości”. W takim modelu klient samodzielnie prowadzi księgowość i za nią odpowiada.

Skarżona wskazuje, że zamiennie posługiwanie się pojęciem „specjalisty ds. księgowości” oraz „konsultanta” nie jest błędem ani próbą wprowadzenia w błąd odbiorcy. Jest to specjalność, która nie jest regulowana prawnie. W prawie i praktyce gospodarczej nie istnieje jedna wspólna definicja zawodu księgowego i spójny zakres jego obowiązków. Profesje księgowe są niejednorodne. Zatrudnienie osób wykonujących wsparcie księgowe poprzedzone jest kilkietapową rekrutacją, która weryfikuje wiedzę kandydatów z zakresu księgowości. Sprawdzenie ma formę testową i formę bezpośrednich rozmów rekrutacyjnych. Po pomyślnym zakończeniu rekrutacji, każda osoba przechodzi szkolenie z KPiR, PIT - u, VAT-u oraz ZUS. Jest to potwierdzeniem kompetencji osób świadczących wsparcie księgowe.

Wsparcie księgowe w ramach Planu Premium realizowane jest w formie infolinii telefonicznej, czatu lub wiadomości e-mail i ma charakter konsultacji. Szeroki zakres spraw, z którymi zgłaszają się klienci oraz ograniczona formuła powoduje, iż osoba udzielająca wsparcia nie ma pełnego obrazu stanu faktycznego klienta.

Skarżona nie wprowadza odbiorców w błąd. W prawidłowy sposób opisuje wsparcie księgowe jako wykonywane przez specjalistów ds. księgowości/ konsultantów oraz dokłada staranności, by konsultacje wykonywane były przez osoby posiadające wiedzę księgową. Funkcje nie są powierzane osobom „przypadkowym”, a proces rekrutacji jest prowadzony z dużą uwagą.

Na posiedzeniu w dniu 29 listopada 2023 roku obecne Strony poparły dotychczas przedstawione stanowiska.

Przedstawiony przez Strony stan faktyczny nie stanowił przedmiotu sporu.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

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

W pierwszej kolejności należy stwierdzić, że skarżony przekaz, stanowiący wyciąg z cennika, umieszczony na stronie internetowej Skarżonej, stanowi reklamę w rozumieniu Kodeksu Etyki Reklamy. Tym samym przekaz podlega ocenie KER w zakresie jej kognicji.

Zgodnie bowiem z art. 3 pkt a Kodeksu Etyki Reklamy: reklama – przekaz zawierający w szczególności informację lub wypowiedź, zwłaszcza odpłatny lub za wynagrodzeniem w innej formie, towarzyszący czyjejkolwiek działalności, mający na celu zwiększenie zbytu produktów, inną formę korzystania z nich lub osiągnięcie innego efektu pożądanego przez reklamodawcę, z wyłączeniem działań public relations. Do reklamy zalicza się również promocję sprzedaży, oferty kierowane do odbiorców za pomocą



marketingu bezpośredniego lub sponsoring, a także elementy identyfikacji wizualnej oraz przekaz, o którym mowa w zdaniu poprzednim, udostępniony w sieci Internet na serwerze www lub w mediach społecznościowych i innych miejscach mających na celu jego dotarcie do odbiorców; w sytuacji, w której odbiorcą reklamy jest konsument, oceny reklamy dokonuje się w oparciu o model przeciętnego konsumenta.

Skarżony przekaz postępuje się następującym sformułowaniem: „Wsparcie księgowo: Infolinia i czat ze wsparciem specjalistów ds. księgowości (pon.-sob.: 7-22)”.

Z przekazanych przez Strony informacji wynika, że użytkownicy pakietu Premium w istocie otrzymują wsparcie rzeczowego specjalisty ds. księgowości. Udzielona klientowi pomoc tzw. specjalisty ds. księgowości funkcjonuje i jest dostępna w wymiarze przewidzianym w ofercie. Skarżony posiada zespół ok. 7 specjalistów ds. księgowości, którzy udzielają wsparcia klientom posiadającym pakiet Premium; Skarżący kilkakrotnie korzystał z takiego wsparcia udzielonego przez różne osoby z tego zespołu.

Należy podkreślić, że brak jest w Polsce szczególnych uregulowań zawodu księgowego i pozostaje on zawodem nieregulowanym. Nie ma ustawowych norm, które zakreślałyby wymogi związane z wykonywaniem takiego zawodu - w przeciwieństwie chociażby do licencjonowanego doradcy podatkowego, radcy prawnego czy adwokata. Rzeczona oferta nie zawiera takiej usługi, a klienci mają być obsługiwani przez „specjalistę ds. księgowości” czy (jak wynika z korespondencji reklamacyjnej między Skarżącym a Skarżoną oraz - zgodnie z oświadczeniem Skarżącego - z ogłoszenia o pracę na portalu Pracuj.pl) – „konsultanta”.

Powyższe oznacza, że kwestia kompetencji i wykształcenia osób pełniących stanowisko specjalisty ds. księgowości leży w gestii wewnętrznych regulacji Skarżonej. Skarżona zaś wskazała, że zatrudnienie osób wykonujących wsparcie księgowo w Spółce poprzedzone jest kilkuetapową rekrutacją, podczas której sprawdzana jest wiedza z zakresu księgowości – poprzez testy, a także w toku bezpośrednich rozmów rekrutacyjnych. Osoba przyjęta do pracy przechodzi następnie odpowiednie szkolenia i musi zdać stosowne testy.

Należy mieć na względzie, że oferta Skarżonej skierowana jest do odbiorcy będącego przedsiębiorcą. Oznacza to, że ocena przekazu dokonywana jest z punktu widzenia profesjonalisty, jakim jest osoba prowadząca działalność gospodarczą, nie zaś przeciętnego konsumenta. W ocenie KER odbiorca skarżonej reklamy jest świadomy, że „specjalista/ konsultant ds. księgowości” czy nawet „księgowy” nie stanowi gwarancji bezbłędności udzielanych porad.

Mając powyższe na uwadze, odbiorca skarżonego przekazu reklamowego, w ocenie Zespołu Orzekającego, nie jest wprowadzany w błąd co do faktu, kto świadczy wsparcie na jego rzecz. Tym samym oferta pakietu Premium, zamieszczona na stronie internetowej Skarżonej czy też podmiotu trzeciego, jakim jest bank Santander (gdzie Skarżący miał okazję zapoznać się z ofertą Skarżonej po raz pierwszy), znajduje odzwierciedlenie w rzeczywistości i jako taka nie wprowadza w błąd w zakresie cech i właściwości oferowanej usługi.



Clue sporu między Stronami w sprawie będącej przedmiotem niniejszego postępowania była – jak wskazał Skarżący - błędna porada udzielona przez specjalistę, co spowodowało powstanie bezpośrednich negatywnych konsekwencji dla Skarżącego. Wskazany aspekt pozostaje poza zakresem kompetencji KER i winien być przedmiotem postępowania reklamacyjnego (względnie odwoławczego w sytuacji nieuwzględnienia reklamacji Skarżącego), ewentualnie mediacyjnego bądź ostatecznie sądowego.

Niemniej, mając na uwadze powstałe po stronie Skarżącego wątpliwości, KER zaleca dochowanie po stronie Skarżonej większej staranności w zakresie stosowanego opisu, kim jest specjalista ds. księgowości i na jakie wsparcie może liczyć klient korzystający z usługi. Powyższa uwaga odnosi się również do podmiotów trzecich, które oferują usługi Skarżonej, gdyż piecza w tym zakresie leży po stronie Skarżonej. Trzeba podkreślić, że prowadzenie działalności w branży usług związanych z finansami i księgowością wymaga szczególnej dokładności i precyzji.

Zespół Orzekający nie dopatrył się w zakwestionowanym przekazie elementów wprowadzających w błąd jej odbiorców w odniesieniu do istotnych cech czy właściwości produktu. Mając to na uwadze, w ocenie Zespołu Orzekającego, nie doszło do naruszenia art. 10 ust. 1 lit. a Kodeksu Etyki Reklamy.

Mając na względzie powyższe, Zespół Orzekający na podstawie art. 49 pkt 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 od doręczenia uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznanne zainteresowanej Stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały, od której Strona wnosi odwołanie.