



**Uchwała Nr ZO/132/23o  
z dnia 6 grudnia 2023 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/161/23**

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

- **Anna Gumkowska - członkini**
- **Sylwia Jedyńska - członkini**
- **Dawid Kryszczyński - przewodniczący**

na posiedzeniu w dniu 6 grudnia 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/161/23 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, w sprawie dotyczącej oferty usługi telekomunikacyjnej,

**postanawia**

**skargę oddalić.**

**Uzasadnienie**

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej także: „Skarżona”) stosowała reklamę zewnętrzną wprowadzającą w błąd.

Zgodnie ze skargą:

*"Internet przez cały rok 2500 GB za DARMO".*

*Niestety ten internet wcale nie jest za darmo i tego słowa nie wolno używać! Usługa ta jest dodatkiem (sprzedaż wiązana) do rozmów+smsów w cenie 35 zł/m-c. Orange nie składa prawdziwej oferty rozmowy+smsy za 35 zł/m-c i dodatkowo w promocji dodaje internet jedynie 200GB. Firma KŁAMIE, że mam 2500 GB internetu za darmo, bo ta ilość gigabajtów kosztuje 420 zł!!! I to jest ukrywanie prawdziwego faktu, prawdziwej ceny, bo tej CENY nigdzie nie podaje. Podają jedynie kwotę 35 zł za rozmowy, które nie chcę (szukam internet) i sugerują, że dostanę "za darmo internet przez rok". Oczywiście nie jestem naiwny, że ktoś daje coś za darmo, ale uważam, że oferta musi być prawdziwa i jasna (co Orange dostaje i w jakiej cenie – 1 rok internetu=420 zł).*

*Reasumując firma Orange coś sprzedaje (składa publicznie ofertę sprzedaży), podaje nazwę usługi (Internet 2500 GB), ale faktycznej ceny za owe 2500 GB (420 zł) nigdzie nie podaje. Czy to jest zgodne z*



*polским prawem? Przecież, jeśli nabiorę się na "wspaniałą" ofertę, kupię starter z 5 zł doładuję numer wierząc w usługę "bez limitu za 35 zł, to dostanę jedynie 200 GB, a NIE obiecane 2500 GB i to "za darmo"!*

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 8, art. 10 ust. 1 lit. b 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:  
b) wartości produktu i jego rzeczywistej ceny oraz warunków płatności, w szczególności takich jak sprzedaż ratalna, leasing, sprzedaż na kredyt, sprzedaż okazyjna*

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie w korespondencji z dnia 8 listopada 2023r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Skarżona wskazała, że na plakacie, na tej samej stronie co hasło główne, znajduje się wyjaśnienie prawne wszystkich warunków promocji. Jednocześnie podkreśliła, że forma w jakiej prezentowana jest oferta, tj. papierowy plakat, stojący nieruchomo w punkcie sprzedaży, pozwala na uważne zapoznanie się ze wszelkimi informacjami prezentowanymi na plakacie.

Usługa 2500GB w ramach promocji „2500 GB za darmo za rok w Orange na kartę” nie stanowi przedmiotu sprzedaży wiązanej czy pakietowej, a jest bezpłatnym bonusem udzielanym klientowi jako dodatek do usługi płatnej, cyklicznej, zawierającej w sobie Nielimitowane rozmowy, smsy, mmsy i pakiet 25 GB na 31 dni, za 35 zł miesięcznie.

Rzeczony przekaz dotyczy bezpłatnego bonusu dodawanego do usługi płatnej na życzenie klienta. Bonus 2500 GB nie może być zakupiony jako odrębna usługa. Jest nagrodą za systematyczne korzystanie z usługi „Bez limitu”.

Zdaniem Skarżonej nie jest prawdą, że usługa „Bez limitu” to tylko rozmowy i smsy za 35 złotych co miesiąc, a pakiet 2500 GB to pakiet 200 GB. Klient otrzyma bez dodatkowych opłat w sumie w ciągu roku 2500 GB pod warunkiem, że zakupi usługę cykliczną. Nie otrzyma pakietu 2500 GB jednorazowo. Jest to wyjaśnione na tej samej stronie rzeczzonego plakatu. Pakiet jest nagrodą za systematyczne korzystanie z usług w ofercie na kartę.

Taki kształt bonusów nie jest, w opinii Skarżonej, czymś nowym. Funkcjonuje na rynku, co pokazują analogiczne oferty konkurencji. Reklama usług opiera się nie na podkreśleniu atrakcyjności samej usługi płatnej, ale na akcentowaniu atrakcyjności usług bezpłatnych dodawanych do usług płatnych.



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

**Zespół Orzekający zważył, co następuje.**

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

Reklama posługuje się hasłem:

*W Orange na kartę Internet przez cały rok 2500 GB za darmo  
w tym 100 GB w Mój Orange  
12 x 200 GB z usługą Bez limitu za 35 zł*

Poniżej znajduje się legal:

2500 GB za darmo to 12 x 200 GB co 31 dni z usługą „Rozmowy, SMS-y i MMS-y bez limitu + 25 GB” na 31 dni oraz 100 GB na 31 dni za nowe konto w Mój Orange. Wyślij 2400GB pod 811 oraz włącz Bez limitu za 15 zł (odnowienie 35 zł) wysyłając START CYKL pod 813. Promocja do 30.09.2023. Więcej na orange.pl/nakarte.

Z powyższego wynika, że 2500 GB jest bonusem do usługi „Rozmowy, SMS-y i MMS-y bez limitu + 25 GB” płatnej 35 złotych na 31 dni (15 złotych za pierwsze 31 dni). Nadto, pakiet 2500 GB nie jest przyznawany jednorazowo, a co 31 dni po 200 GB, a dodatkowo 100 GB za nowe konto w aplikacji „Mój Orange”.

Mając to na uwadze, paczka 2500 GB w istocie oferowana jest za darmo i hasło reklamowe Skarżonej nie wprowadza w tym zakresie w błąd. Nie jest bez znaczenia, że wszystkie informacje znajdują się w przedmiotowej reklamie, na jednej stronie i nie wymagają poszukiwania przez konsumenta. Nadto, plakat znajduje się na terenie sklepu, gdzie konsument może się z nim zapoznać bez ograniczenia limitem czasu.

Należy mieć na uwadze, że ocena reklamy winna być dokonywana z perspektywy odbiorcy reklamy, jakim jest przeciętny konsument. Przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie reklamy lub na produkt, którego reklama dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 3 lit. h Kodeksu Etyki Reklamy).

W związku z powyższym KER nie upatruje w skarżonym przekazie nadużycia zaufania przeciętnego konsumenta poprzez wprowadzenie w błąd co do reklamowanej treści.



Niemniej, mając na uwadze wątpliwości, jakie pojawiły się po stronie Skarżącego, a także relatywnie skomplikowany kształt oferty przy skrótowym i nietransparentnym jej opisie w przekazie reklamowym, KER pragnie zwrócić uwagę Skarżonej na przykładanie większej uwagi przy formułowaniu przyszłych ofert - tak by były jak najbardziej zrozumiałe.

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.*