



**Uchwała Nr ZO/153/23o
z dnia 13 grudnia 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/178/23**

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

- **Agnieszka Kępińska - Sadowska - przewodnicząca**
- **Maciej Lissowski - członek**
- **Rafał Wiewiórski - członek**

na posiedzeniu w dniu 13 grudnia 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/178/23 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Dawidowi Walczakowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą P.H. INTERSELL Dawid Walczak z siedzibą w Galewicach, dokonał oceny skarżonego przekazu reklamowego.

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.

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Dawid Walczak prowadzący działalność pod nazwą P.H. INTERSELL Dawid Walczak z siedzibą w Galewicach (dalej także: „Skarżony”) stosował reklamę internetową wodoszczelnego zegarka dla dzieci wprowadzającą w błąd.

Zgodnie ze skargą:

Ogólny opis produktu (smartwatcha dla dzieci) oraz specyfikacja.

W tytule i w opisie sprzedawca deklaruje pyłoodporność wodoodporność klasy IP68, jednak dodatkowo w opisie obok oznaczenia tej klasy stawia w nawiasie warunek odnośnie wodoodporności: “z wyłączeniem ciepłej oraz chlorowanej wody”, co jest nieprawdą i podkładką mającą na celu ograniczenie ilości reklamacji. Większość klientów zaleje zegarek właśnie w basenie lub ciepłej kąpieli, a sprzedawca odrzucając reklamację będzie się odnosił do tej informacji w nawiasie. W klasie IP68 nie



ma wyjątków jakie podaje sprzedawca. W zegarkach z tą klasą można bez ograniczeń czasowych pływać w chlorowanym basenie na różnych głębokościach, siedzieć w jacuzzi czy w gorącej kąpieli bez końca. Sprzedawca dobrze wie, że zegarek ma w najlepszym wypadku klasę wodoszczelności IP67. Różnica jest zasadnicza, a informacja w nawiasie jest perfidnym kłamstwem.

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 8, art. 10 ust. 1 lit. a, art. 10 ust. 2 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.

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.

Skarżony nie przedstawił stanowiska w sprawie.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

Zespół Orzekający uznał, iż skarżona reklama jest niezgodna z ogólnie przyjętymi normami etycznymi.

Na stronie internetowej Skarżonego, do której prowadzi zamieszczony w skardze link, znajduje się następująca informacja:

KLASA SZCZELNOŚCI IP68

Tak więc pierwsza cyfra 6 oznacza, że urządzenie jest całkowicie pyłoszczelne, oraz chronione przed dostępem do części niebezpiecznych drutem. To najwyższy możliwy poziom ochrony przed obcymi ciałami stałymi. Druga cyfra oznacza, że Smartwatch jest chroniony przed skutkami ciągłego zanurzenia w wodzie (z wyłączeniem ciepłej oraz chlorowanej wody)

Na podstawie przedstawionego materiału dowodowego wątpliwości KER budzi opis szczelności produktu zastosowany przez Skarżonego.

Zgodnie z normą IP68 ustanowioną przez International Electrotechnical Commission, producent jest zobowiązany zadeklarować użytkownikowi warunki, tj. głębokość oraz czas przez jaki zegarek może być bezpiecznie zanurzony w wodzie. Co do zasady norma IP68, jako zapewniająca wyższą ochronę przed



wodą niż IP67, musi zapewniać możliwość zanurzenia na głębokość powyżej 1m i czas powyżej 30 minut. W tym kontekście wyłączenie z ochrony wody cieplej nie powinno mieć miejsca. Można zatem domniemywać, że wskazanie przez Skarżonego na normę IP68 może stanowić przekaz wprowadzający w błąd w zakresie właściwości produktu oraz uniemożliwiać ewentualne dochodzenie praw konsumentów z tytułu rękojmi.

Przejętny konsument, przez pryzmat którego winna być oceniana reklama, może być wprowadzany w błąd na etapie przedkontraktowym (promowana cecha produktu może wpływać na jego decyzję zakupową), jak również na etapie wykonywania umowy (np. w sytuacji złożenia reklamacji z uwagi na wady czy uszkodzenie produktu).

W razie 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 powyżej.

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.