

Uchwała Nr ZO/111/24u
z dnia 16 października 2024 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/089/24

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

- **Anna Gumkowska - przewodnicząca**
- **Dawid Kryszczyński - członek**
- **Sławomir Skowerski – członek**

na posiedzeniu w dniu 16 października 2024 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/089/24, złożonej na podstawie pkt 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Grupa Żywiec sp. z o.o. z siedzibą w Żywcu, w sprawie dotyczącej loterii Żywiec,

postanawia

skargę oddalić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Grupa Żywiec sp. z o.o. z siedzibą w Żywcu (dalej także: „Skarżona”) stosowała reklamę piwa niezgodną z zasadami etyki.

Zgodnie ze skargą:

Reklama na bramce wiekowej

Na bramce wiekowej nie powinno być żadnych reklam. Tymczasem Żywiec obiecuje nagrodę pieniężną. Jest to nieetyczne i niezgodne z prawem zaprojektowana bramka. Powinna być neutralna, a nie zachęcająca do wejścia zwłaszcza dla młodych segmentów wiekowych.

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

Art. 2 ust. 1

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.



Art. 2 Załącznika 1

2. Reklama piwa powinna być zgodna z zasadami zawartymi w przepisach Kodeksu Etyki Reklamy oraz przepisach niniejszego Załącznika.

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie w korespondencji z dnia 6 sierpnia 2024 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Skarżona wniosła o oddalenie Skargi w całości z uwagi na brak potwierdzenia obecności bramki wiekowej w załączonym przez Skarżącego materiale dowodowym. Widoczna jest wyłącznie domena portalu sport.pl. W związku z powyższym Skarżona wskazała na brak możliwości odniesienia się do zarzutów podniesionych w skardze.

Zespół Orzekający ustalił, co następuje.

Z załączonego przez Skarżącego materiału (zrzut ekranu) wynika, że reklama loterii marki Żywiec miała miejsce na portalu sport.pl. W centralnej części baneru wskazano na kwotę 10 000 zł. Poniżej znajdował się wizerunek 3 butelek piwa (alkoholowe w centralnej części oraz 2 bezalkoholowe po lewej i prawej stronie). W dolnej części przekazu wskazano na partnera akcji - Allegro lokalnie oraz umieszczono przycisk „SPRAWDŹ”. Obok, w prawnym dolnym rogu znajdowały się grafiki oznaczające zakaz prowadzenia pojazdów po spożyciu alkoholu, spożywania alkoholu w ciąży oraz przez osoby poniżej 18 roku życia. W dolnej części znajdowała się także informacja o okresie sprzedaży promocyjnej i rejestracji kodów, a także adres strony internetowej ze szczegółowymi informacjami na temat loterii oraz regulaminem.

Data emisji reklamy została wskazana przez Skarżącego na dzień 22 czerwca 2024 r.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

Zespół Orzekający (dalej także: „ZO”) zgadza się z argumentacją Skarżonej w zakresie braku pośród dostępnego materiału dowodowego bramki zabezpieczającej przed dostępem osób niepełnoletnich. W załączonym przez Skarżącego materiale nie jest widoczne rzeczono zabezpieczenie, obok którego miałyby znajdować się przekaz, będący przedmiotem skargi bądź do którego miałyby on prowadzić.

Dodatkowo ZO wskazuje, że nawet gdyby rzeczona bramka została uwzględniona w materiale dowodowym załączonym przez Skarżącego, to reklama loterii marki piwnej, w której do wygrania jest nagroda pieniężna, zasadniczo nie budzi wątpliwości z punktu widzenia obowiązujących zasad etyki.

Mając na względzie powyższe, Zespół Orzekający, na podstawie art. 49 lit. b Regulaminu Rozpatrywania Skarg, postanowił skargę oddalić.

Zdania odrębne



Brak.

Zgodnie z pkt. 58 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 Zespołowi Orzekającemu w dacie podjęcia Uchwały, od której Strona wnosi odwołanie.