

**Uchwała Nr ZO/026/25u**  
**z dnia 26 marca 2025 roku**  
**Zespołu Orzekającego**  
**w sprawie o sygn.:**  
**KER/200/24**

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

- **Małgorzata Augustyniak - członkini**
- **Beata Dziwulska - członkini**
- **Igor Kaleński - przewodniczący**

na posiedzeniu w dniu 26 marca 2025 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/200/24 złożonej na podstawie pkt 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko DZ ONE sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie w sprawie dotyczącej internetowej reklamy Kursu Instasell System,

**postanawia**

**skargę oddalić.**

**Uzasadnienie**

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że DZ ONE sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie (dalej także: „Skarżona”) stosowała przekaz wprowadzający w błąd w zakresie ceny oferowanych usług.

Zgodnie ze skargą:

*Wartość całkowita*

*9 982 zł*

*Inwestujesz dzisiaj:*

*497 zł*

*Reklama ta moim zdaniem narusza Rozd. III art. 10 b). Nie tylko wycena tego produktu jest odrealniona, ale rabat jest jawnie „napompowany” sztucznymi bonusami – w efekcie podczas zakupu mamy nieralną kwotę 9 982 zł rabatowaną do 497 zł okraszone dodatkowo cudownym epitetem – INWESTUJESZ DZISIAJ. Przedstawiam to na zrzucie ekranu. Żaden z tych bonusów nie istnieje jako pozycja w sklepie pani Dominiki Żak, a praktycznie każda z tych pozycji ma absurdalnie nadmuchaną cenę do granic możliwości, aby zwiększyć atrakcyjność w oczach kupującego. Sama strona <https://dominikazak.pl/kurs-instasell> kłamie w wartości kursu, cytując: „Kurs Insta Sell System +*



*aktualizacje ... wartość 1997 zł” podczas gdy wchodząc przez sklep, dominikazak.pl ten sam kurs kosztuje faktycznie 497 zł (zrzut nr 3).*

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 10 ust. 1 lit. b Kodeksu Etyki Reklamy.

### **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 19 marca 2025 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Skarżona na wstępie wniosła o odrzucenie skargi, ewentualne oddalenie, a w razie uwzględnienia skargi o rekomendację zmian jakich należy dokonać w reklamie. Skarżona podkreśliła, że w swojej działalności stara się kierować nie tylko przepisami prawa, ale także normami etyki i zasadami współżycia społecznego.

Skarżona zgłosiła swoje wątpliwości dotyczące postanowień Regulaminu Rozpatrywania Skarg.

W ocenie Skarżonej twierdzenia zawarte w skardze nie polegają na prawdzie.

W związku z zarzutem bezprawności zdaniem Skarżonej skarga powinna podlegać odrzuceniu na podstawie pkt 23 lit. c Regulaminu.

Zdaniem Skarżonej zarzuty skargi są niejasne i trudne do odniesienia, co wymaga opierania się na domysłach co do intencji Skarżącego. W przypadku szkoleń, wykładów, produktów cyfrowych z tym związanych, konsultacji indywidualnych, wykładów etc. nie da się określić normy wartości ze względu na brak adekwatnego punktu odniesienia. Wszelkiego rodzaju twórczość, usługi coachingu, konsultacje prawne, stawki reklamowe celebrytów, ceny biletów na koncerty itp. w głównym stopniu zależą od popularności i renomy autora. Adekwatna jest taka cena, jaką rynek jest gotów zapłacić. W zakresie w jakim zarzuty Skargi dotyczą zawyżania ceny, należy je uznać za opinię strony Skarżącej. Gdyby nie ograniczenia dowodowe wynikające z Regulaminu Rozpatrywania Skarg dla odmiany można byłoby wskazać liczne opinie innych osób, które pod własnym imieniem i nazwiskiem publikowały pozytywne oceny o tym i o innych produktach cyfrowych DZ ONE, a w wielu wypadkach chodziło o znacznie droższe pozycje niż Kurs Instasell System.

Jeden z zarzutów skargi dotyczy tego, że produkty wskazane jako „bonusy” otrzymywane przy zakupie Kursu Instasell System w ogóle nie są oferowane albo są oferowane po innych cenach. W tym zakresie Skarżona przyznaje, że nie wszystkie bonusy są do nabycia w sklepie DZ ONE w stałej sprzedaży.



Asortyment oferowany przez DZ ONE charakteryzuje się pewną specyfiką; są to albo gotowe kursy / szkolenia / ebooki oferowane jako produkty cyfrowe do pobrania po zakupie albo indywidualne szkolenia / coachingi / konsultacje, które nie są do nabycia w sklepie internetowym, albo pojawiają się okresowo. Spora część oferty wprowadzana jest do obrotu na zasadach „private sell”, np. po uprzedniej weryfikacji kompetencji albo profilu potencjalnego klienta (pod tym kątem czy dane szkolenie będzie dla niego odpowiednie, czy ma on wystarczające kompetencje do danego poziomu kursu etc.). Część produktów (jak np. prompty i komendy do ChatGPT) podlega modyfikacjom w czasie albo stają się częścią większych pakietów i nie są oferowane w sklepie w danym momencie jako samodzielne pozycje, albo stanowią elementy składowe pakietów produktowych. W tym zakresie może powstać wątpliwość odnośnie zawarcia w reklamie informacji o cenach i produktach, które nie znajdują się w aktualnej ofercie reklamodawcy. Trudno to jednoznacznie i z góry rozstrzygnąć. W każdym razie kupujący Kurs Instasell System otrzymują wszystkie „bonusy” podane w informacji o produkcie. Okresowo mogą też nabyć te bonusy albo w sklepie albo w formie sprzedaży bezpośredniej (za pośrednictwem DM, rozmowy z konsultantem, złożenia formularza zgłoszeniowego etc.). Dyskusyjne może być to, czy należy podawać cenę produktów, skoro nie da się ich w danej chwili kupić. Z okoliczności tej nie wynika jednak, że takie bonusy w ogóle nie są, nie były lub nie będą znowu dostępne. Skarżona wskazała, że bezsprzecznie intencją DZ ONE nie jest i nie było wprowadzanie kogokolwiek w błąd, jak wskazał Skarżący.

Obecna na posiedzeniu w dniu 26 marca 2025 r. Skarżona poparła przedstawione stanowisko w sprawie.

### **Zespół Orzekający ustalił, co następuje.**

Z przekazanego przez Skarżącego zrzutu ekranu przedstawiającego informacje na stronie internetowej [www.dominikazak.pl](http://www.dominikazak.pl) wynika, że wartość całkowita Kursu Insta Sell System + aktualizacje wynosi 9 982 złote. Na tę kwotę składają się wartość Kursu Insta Sell System + aktualizacje 1997 złotych i wartości poszczególnych 16 bonusów. Poniżej ww. zestawienia znajduje się informacja:

*Wartość całkowita ~~9 982 zł~~*

*INWESTUJESZ DZISIAJ: 497 Zł*

Z przekazanego przez Skarżącego zrzutu ekranu ze sklepu internetowego Skarżonej wynika, że ww. kurs oferowany jest w cenie 497 złotych.

Data emisji reklamy została wskazana przez Skarżącego na dzień 11 grudnia 2024 roku.

### **Zespół Orzekający zważył, co następuje.**

W ocenie Zespołu Orzekającego (dalej także: „ZO”) skarżony przekaz nie narusza zasad etyki wyrażonych w Kodeksie Etyki Reklamy.

Należy mieć na uwadze, iż ocena reklamy zasadniczo 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).

Zdaniem ZO przeciętny konsument – odbiorca reklamy nie zostaje wprowadzony w błąd w zakresie wartości i ceny oferowanego produktu. Cena utworów stanowiących efekt twórczości autora zależy w głównym stopniu od popularności i renomy autora, a także jakości oferowanego produktu i jego zapotrzebowania na rynku. Mając to na względzie, nie można uznać za trafny zarzut Skarżącego, że wskazana wartość Kursu Insta Sell System (1 997 złotych oraz 9 982 złote z bonusami) jest nierealna i sztucznie zawyżona.

W kontekście oferowanych w ramach kursu bonusów ZO zauważa, że w istocie nie wszystkie oferowane bonusy składające się na wartość całkowitą pakietu znajdują się w stałej sprzedaży w sklepie internetowym Skarżonej. Nie jest jednak niedozwoloną praktyką odwoływanie się do ich wartości w aktualnej ofercie, w szczególności gdy były lub są one oferowane innymi kanałami sprzedaży w tych cenach.

W związku z powyższym sposób wyliczenia ostatecznej ceny oferowanego kursu (497 złotych) nie budzi wątpliwości tut. ZO.

Mając na uwadze powyższą argumentację należy ocenić, że reklama nie wprowadza w błąd jej odbiorców w odniesieniu do wartości produktu i jego rzeczywistej ceny. Tym samym brak naruszenia art. 10 ust. 1 lit. b Kodeksu Etyki Reklamy w niniejszej sprawie.

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 Strona 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.*