

**Uchwała Nr ZO/046/25o**  
**z dnia 21 maja 2025 roku**  
**Zespołu Orzekającego**  
**w sprawie o sygn.:**  
**KER/032/25 B2B**

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

- **Małgorzata Augustyniak - członkini**
- **Dawid Kryszczyński - przewodniczący**
- **Przemysław Mitraszewski - członek**

na posiedzeniu w dniu 21 maja 2025 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/032/25 B2B złożonej przez przedsiębiorcę prowadzącego indywidualną działalność gospodarczą przeciwko Media Saturn Online sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w sprawie dotyczącej reklamy darmowej dostawy w sklepie Media Markt, dokonał oceny stosowanego przekazu reklamowego.

**OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO**

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumenckimi, 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”) przedsiębiorca prowadzący indywidualną działalność gospodarczą (dalej: „Skarżący”) wskazał, że Media Saturn Online sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Skarżona”) stosuje reklamę wprowadzającą w błąd.

Skarżący wskazał, iż dokonał zakupów w sklepie Media Markt w Markach i został obciążony kosztami dostawy, mimo że na stronie internetowej znajdowała się informacja o bezpłatnej dostawie produktów.

Skarżący podjął dyskusję ze sprzedawcą, jednak nie przyniosło to oczekiwanych skutków i Skarżący opłacił koszty dostawy.

Po dokonanych zakupie Skarżący złożył reklamację, jednak nie została ona uznana, a w odpowiedzi Skarżona miała wskazać na to, że warunkiem darmowej dostawy było złożenie zamówienia online. Dodatkowo, oferta darmowej dostawy dotyczy przesyłek dostarczanych kurierem InPost i DPD i nie obejmuje zamówień gabarytowych. Nadto, ilość zakupionych produktów w sklepie stacjonarnym nie ma znaczenia, a dostawa liczona jest od każdej sztuki zakupionego sprzętu. Transakcja została



zrealizowana prawidłowo, dlatego Skarżona odmówiła żądania darmowej dostawy i dodatkowego upustu.

Skarżący wskazał, że działanie Skarżonej miało na celu wprowadzenie odbiorców przekazu w błąd, poprzez nieprawdziwe informacje zawarte na stronie internetowej. Skarżona, zdaniem Skarżącego, nie wywiązała się ze złożonych obietnic gwarantujących darmową dostawę przy zakupie powyżej 99 złotych.

Zdaniem Skarżącego na stronie internetowej nie została zawarta informacja o płatnej dostawie przesyłek gabarytowych czy bezpłatnej dostawie wyłącznie wskutek zakupów dokonanych online. Opis na stronie nie wskazuje wyłączeń darmowej dostawy i dotyczy wszystkich produktów, niezależnie od miejsca zakupu.

W odpowiedzi na wezwanie KER do wskazania naruszonych postanowień Kodeksu Etyki Reklamy Skarżący wskazał na następujące postanowienia Kodeksu:

### **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:*

*[...]*

*c) warunków dostawy, wymiany, zwrotu, napraw i konserwacji;*

*[...]*

*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.*

Skarżona nie przedstawiła stanowiska w sprawie i nie wzięła udziału w posiedzeniu w dniu 21 maja 2025 roku. W obliczu nieustosunkowania się Skarżonej do treści skargi oraz braku wzięcia udziału w posiedzeniu Zespół Orzekający podjął uchwałę w formie opinii oceniającej skarżony przekaz na podstawie ogólnie przyjętych norm etycznych na podstawie art. 34 Regulaminu Rozpatrywania Skarg.

Z przekazanego przez Skarżącego materiału dowodowego (zrzuty ekranu ze strony [www.mediamarkt.pl](http://www.mediamarkt.pl)) wynika, że Skarżona opisała na ww. stronie internetowej zasady darmowej dostawy. Znajdowała się tam m.in. następująca informacja:

### **Darmowa dostawa od 99 zł**

*Nie ograniczaj się i zaglądaj do nas kiedy tylko masz ochotę - dostarczymy Twoje zamówienie bez dodatkowych opłat już przy zakupach od 99 zł.*

Data emisji przekazu została wskazana przez Skarżącego na dzień 26 marca 2025 roku.



**Zespół Orzekający nie dokonał oceny skarżonego przekazu z uwagi na brak dowodów.**

ZO nie jest w stanie ocenić przekazu pod kątem zgodności z ogólnie przyjętymi normami etycznymi z uwagi na niewystarczający materiał dowodowy w sprawie. Z informacji przekazanych przez Skarżącego nie wynika jednoznacznie, czy dokonał zakupów stacjonarnie (w sklepie Media Markt), czy też dokonał zamówienia w sklepie stacjonarnym z dostawą do domu. Nie jest również wiadome, czy Skarżący skorzystał z promocji producenta zakupywanego sprzętu oraz jakie były jej warunki. W sytuacji zaś dokonania przez Skarżącego indywidualnych ustaleń ze sprzedawcą nt. kosztów dostawy ocena sprawy nie leży w kognicji KER, gdyż potencjalne naruszenie dotyczy interesu indywidualnego Skarżącego.

Niemniej, niezależnie od powyższego, w ocenie ZO nie budzi zasadniczych wątpliwości, że informacja o darmowej dostawie od 99 zł zawarta na stronie internetowej Skarżonej odnosi się do zakupów online. Wskazuje na to umiejscowienie tej informacji (domena sklepu internetowego Media Markt), zawarte tam sformułowania (m.in. *Metody dostawy dla zakupów online na mediamarkt.pl i przez aplikację MediaMarkt*), a także cały kontekst informacji zawartych w zakładce „Dostawa”<sup>1</sup>.

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy w sposób wskazany na naszej stronie internetowej [www.radareklamy.pl](http://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.

**Zdania odrębne**

Brak.

*Zgodnie z pkt 58 w zw. z pkt 34 Regulaminu Rozpatrywania Skarg Skarżący może 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.*

---

<sup>1</sup>

[https://mediamarkt.pl/pl/service/dostawa?srsId=AfmBOoqquDf2Bm921IX5trOqhX31UlgHBq3ZNCH\\_huTM YJoRsoDhVZU1](https://mediamarkt.pl/pl/service/dostawa?srsId=AfmBOoqquDf2Bm921IX5trOqhX31UlgHBq3ZNCH_huTM YJoRsoDhVZU1)