

Uchwała Nr ZO/076/25u
z dnia 24 września 2025 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/162/25

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

- **Piotr Chęćielewski - członek**
- **Elżbieta Kondziola - przewodnicząca**
- **Maciej Lissowski - członek**

na posiedzeniu w dniu 24 września 2025 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/162/25 złożonej na podstawie pkt 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Autoiso sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach w sprawie dotyczącej reklamy usługi sprawdzania historii pojazdu,

postanawia

skargę uwzględnić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Autoiso sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach (dalej także: „Skarżona”) stosowała reklamę wprowadzającą w błąd.

Zgodnie ze skargą:

Darmowe sprawdzenie historii pojazdu

Jak darmowe to czemu jest dalej płatność????

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 15 września 2025 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

W odpowiedzi na skargę Skarżona wskazała, że uważa skargę za bezpodstawną i wniosła o jej oddalenie. Skarżona, dla uniknięcia wątpliwości, zaprzestała używania hasła będącego przedmiotem skargi.

Skarżona wskazała, że celem serwisu autobaza.pl prowadzonego przez Autoiso jest udostępnienie w formie raportu danych technicznych, historycznych i innych o określonym pojeździe zidentyfikowanym na podstawie podanych przez użytkownika serwisu danych pojazdu (nr VIN lub nr rejestracyjny). Na stronie serwisu zamieszczona została informacja, że raport zawiera część bezpłatną, która udostępniana jest przed zakupem pełnego raportu i zawiera zakres danych, które w tym pełnym raporcie zostaną zawarte.

Po wpisaniu w wyszukiwarce na głównej stronie serwisu nr VIN i kliknięciu przycisku „sprawdź” system wyszukuje dostępne dane o określonym pojeździe, a następnie wyświetla podstawowe informacje oraz, zgodnie z zapowiedzią strony głównej, zakres danych dostępnych w pełnym odpłatnym raporcie, a także cenę raportu w różnych dostępnych zakresach danych.

Hasło „darmowe sprawdzanie historii pojazdu”, pojawiające się w wynikach wyszukiwania Google, dotyczy bezpłatnej części raportu pokazującej markę i model pojazdu oraz zakres danych, jakie będą dostępne w pełnym, odpłatnym raporcie. Jest to wyłącznie wstępne „sprawdzenie” historii. W ocenie Skarżonej hasło nie brzmi: „darmowe udostępnienie raportu o historii pojazdu”, ponieważ wówczas byłoby to wprowadzeniem w błąd. Hasło w ocenie Skarżonej nie zawiera odniesień do usługi, która jest odpłatna w serwisie, tj. do uzyskania pełnego raportu, a jedynie do możliwości sprawdzenia historii pojazdu.

Skarżona podkreśliła, że informacje podawane na etapie sprawdzania historii, mimo że ograniczone, mają swoją wartość i mogą być cenne dla osoby sprawdzającej pojazd. Przykładowo, informacja o marce i modelu uprawdopodobnia, że sprawdzający posiada właściwy numer VIN, a informacja o tym, że w raporcie płatnym opisano zdarzenia z historii pojazdu, uprawdopodobnia, że pojazd ten doznał szkód lub podobnych sytuacji, które mogą istotnie wpływać na jego stan techniczny i wartość. Skarżona zaznaczyła, że ponosi koszty bezpłatnego dla użytkowników sprawdzenia, ponieważ system wysyła wówczas zapytania do baz danych, z którymi Skarżona współpracuje, aby sprawdzić dostępność powyższych danych. Jak zaznaczyła Skarżona, wiele z nich jest odpłatnych i powoduje realne koszty.

Skarżona wskazała, że hasło będące przedmiotem skargi stosowane było od początku istnienia serwisu, tj. od 2001 roku. Nikt z użytkowników nie zgłaszał wobec tego wątpliwości czy uwag. Jest to, zdaniem Skarżonej, potwierdzenie faktu, że przeciętny konsument nie czuje się wprowadzony w błąd.



Intencją Skarżonej nie było wprowadzenie odbiorców w błąd. W związku ze zgłoszonymi w skardze zastrzeżeniami, hasło zostało usunięte z komunikacji. Może ono pojawiać się w wynikach wyszukiwania Google, ze względu na brak aktualizacji treści w przeglądarce.

Obecny na posiedzeniu w dniu 24 września 2025 roku przedstawiciel Skarżonej poparł przedstawione stanowisko w sprawie.

Zespół Orzekający ustalił, co następuje.

Materiał dowodowy zgromadzony w sprawie (nagranie ekranu) wskazywał, że na stronie internetowej www.autobaza.pl znajdowała się widoczna informacja „Darmowe sprawdzenie historii pojazdu”. Użytkownik mógł wprowadzić nr VIN lub nr rejestracyjny. Po naciśnięciu przycisku „Sprawdź”, następowało przekierowanie do strony z informacją o zawartości raportu dot. pojazdu. Czarną czcionką wymienione zostały pozycje dostępne bezpłatnie (rok produkcji, informacja o producencie, usterki fabryczne), zaś czerwoną czcionką – elementy dostępne w odpłatnym „Raporcie historii pojazdu” (m.in. historia zdarzeń, historia przeglądów technicznych, historie internetowe). Poniżej zamieszczono cennik usług (gdzie „Raport historii pojazdu” oferowany był w cenie 74,90 zł) oraz opcje wyboru metody płatności.

Data emisji reklamy została wskazana przez Skarżącego na dzień 16 lipca 2025 r.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

W ocenie Zespołu Orzekającego (dalej także: „ZO”) skarżony przekaz narusza zasady etyki wyrażone 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).

W zawistej przed KER sprawie modelem przeciętnego konsumenta - odbiorcą skarżonej reklamy jest osoba zainteresowana sprawdzeniem historii pojazdu. Jest to niejednorodna grupa, składająca się z osób w różnym wieku, wykształceniu, miejscu zamieszkania i doświadczeniu życiowym. Należy zatem przyjąć, że przeciętnym konsumentem w niniejszej sprawie jest konsument, który jest świadomy przekazywanych mu treści. Jednocześnie jednak nie jest specjalistą w dziedzinie sprzedaży i marketingu, a na sugestię przekazów reklamowych jest podatny w sposób umiarkowany.



W ocenie Zespołu Orzekającego skarżony przekaz został wykonany z uchybieniem należytej staranności i wprowadzał odbiorcę w błąd. W komunikacie widocznym na stronie początkowej znajdowało się hasło: „Darmowe sprawdzenie historii pojazdu”. Wskazana informacja budowała u przeciętnego konsumenta uzasadnione oczekiwanie, że otrzyma on pełne informacje dotyczące historii pojazdu bez ponoszenia kosztów. Tymczasem, po podaniu numeru VIN lub numeru rejestracyjnego, użytkownik otrzymywał jedynie szątkowe dane oraz informację, że pełny raport (czyli faktyczna historia pojazdu) jest płatny. Sformułowanie użyte w reklamie ma charakter kategoriyczny i nie zawiera żadnych zastrzeżeń, które precyzowałyby, że „darmowe sprawdzenie” dotyczy wyłącznie bardzo ograniczonego zakresu danych.

ZO zaznaczył, że komunikaty reklamowe muszą być formułowane w sposób jasny i niebudzący wątpliwości, a wszelkie ograniczenia czy warunki powinny być czytelne, jednoznaczne i przedstawione już na etapie komunikatu reklamowego, a nie dopiero po przejściu do kolejnego etapu interakcji użytkownika z przedsiębiorcą czy też w regulaminie usługi. Odnosi się to w szczególności do ceny, która jest szczególnie istotną okolicznością dla konsumenta.

Mimo iż Skarżona wskazała, że część danych udostępnianych jest nieodpłatnie, to, w ocenie ZO, wartość dla konsumenta tej części jest niewystarczająca, aby uzasadnić użycie hasła „Darmowe sprawdzenie historii pojazdu”. Przeciętny konsument, odczytując taki komunikat (dotyczący „historia pojazdu”), oczekuje dostępu do istotnych informacji o przeszłości pojazdu (np. szkody, przebieg, właściciele, wypadki), a nie jedynie do *de facto* danych identyfikujących pojazd, które nie stanowią jeszcze jego historii. Nie znajduje również akceptacji argumentacja Skarżonej, jakoby „darmowe sprawdzenie historii pojazdu” nie miało oznaczać „darmowego udostępnienia raportu o historii pojazdu”. W ocenie ZO nie ulega wątpliwości, że informacja o „sprawdzeniu” jest odczytywana przez przeciętnego konsumenta jako „udostępnienie”. Zgodnie z doświadczeniem życiowym należy bowiem stwierdzić, że konsument nie traktuje dostarczenia samej informacji o istnieniu historii pojazdu (bez dostępu do jej treści) jako odrębnej usługi – czy to płatnej czy bezpłatnej.

Skarżona, w odpowiedzi na skargę, podjęła kroki w celu usunięcia zakwestionowanego hasła, co ZO ocenił pozytywnie. Niemniej jednak, sama deklaracja zaprzestania stosowania danego sformułowania nie wpływa na ocenę naruszenia, które miało miejsce w przeszłości i zostało udokumentowane przez Skarżącego. Należy także zaznaczyć, że ocena reklamy dokonywana jest *ad casum*, z uwzględnieniem okoliczności konkretnej sprawy.

Stosowany przez Skarżoną przekaz wprowadzał odbiorcę w błąd w zakresie rzeczywistej ceny usługi. W związku z powyższym Zespół Orzekający dopatrył się naruszenia art. 10 ust. 1 lit. b Kodeksu Etyki Reklamy.

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



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.