

RZESZÓW – MIASTO ŚWIADOMYCH KONSUMENTÓW 2.0

listopad 2024

Dominika Myszakowska-Kaczała

Reklama naruszająca prawo – i co dalej?

Reklama stanowi obecnie nieodłączny element współczesnej gospodarki będąc jednocześnie kluczowym narzędziem promocji produktów i usług. Niemniej jednak, aby była ona skuteczna, a przy tym etyczna, powinna być zgodna z obowiązującymi przepisami prawa. Spowodowanie naruszeń przepisów prawnych może prowadzić do daleko idących konsekwencji finansowych i wizerunkowych dla nierzetelnych przedsiębiorców.

Skutki prawne

Przedsiębiorca w Polsce, który stosuje reklamę naruszającą przepisy prawa, może napotkać poważne konsekwencje prawne. Zgodnie z ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, reklama wprowadzająca w błąd lub stosująca nieuczciwe praktyki rynkowe może skutkować karą finansową. Dodatkowo, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), na mocy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów może nałożyć na przedsiębiorcę karę finansową za stosowanie praktyk wprowadzających w błąd lub stosujących nieuczciwą konkurencję.



Natomiast na mocy ustawy o prawach konsumenta, przedsiębiorca może być zobowiązany do zaniechania nielegalnej reklamy oraz opublikowania sprostowania.

Co więcej, w razie wyrządzenia szkody, przedsiębiorca może ponieść odpowiedzialność cywilną, a także być zobowiązany do naprawienia szkody na rzecz konsumentów lub konkurentów, na podstawie przepisów kodeksu cywilnego. Przestrzeganie przepisów reklamowych jest więc kluczowe dla uniknięcia poważnych konsekwencji prawnych i finansowych.

RZESZÓW – MIASTO ŚWIADOMYCH KONSUMENTÓW 2.0

Reklama naruszająca prawo – i co dalej?

W przypadkach szczególnych, takich jak leki czy suplementy diety, naruszenie przepisów reklamowych może skutkować całkowitym zakazem stosowania reklamy. Do podjęcia tego rodzaju decyzji upoważniony jest Główny Inspektorat Farmaceutyczny.

Nakłady finansowe w nielegalną kampanię reklamową mogą okazać się stratą, jeśli organy nadzoru finalnie nakażą jej zaprzestanie w trybie natychmiastowym. Koszty produkcji i emisji reklam, które muszą zostać wycofane, są najczęściej duże, a warto podkreślić, że nie są zwracane przedsiębiorcom.

Skutki wizerunkowe i utrata zaufania konsumentów

Należy pamiętać, że przedsiębiorca, który wprowadził reklamę naruszającą przepisy oprócz konsekwencji prawnych poniesie konsekwencje wizerunkowe. Mogą one prowadzić do spadku sprzedaży – zawiedzeni czy zniesmaczeni nierzetelnymi praktykami przedsiębiorcy, konsumenci mogą zdecydować się na bojkot produktów danej firmy. Zakres konsekwencji wizerunkowych jest z założenia ciężki do oszacowania, ale niewątpliwie skutki reklamy naruszającej prawo mogą być długotrwałe. W czasach powszechnego dostępu do informacji wiadomości o zabarwieniu negatywnym, szokujące opinie publiczną rozprzestrzeniają się szybko i mogą znacząco wpłynąć na postrzeganie danej marki.

Jest zatem wysoce prawdopodobne, że konsumenci, którzy powezmą wiedzę o stosowaniu nieuczciwej reklamy przez ich ulubioną firmę – stracą do niej zaufanie. Nie trzeba chyba podkreślać jak długotrwałym i kosztownym procesem może okazać się próba odbudowy wizerunku i proces odzyskiwania zaufania klientów. Nic tak nie nagłośni sprawy jak podjęcie tematyki nieuczciwych praktyk reklamowych przez media. Powstałe w oparciu o zaistniałe fakty artykuły prasowe, reportaże telewizyjne czy wpisy na blogach mogą tylko przyczynić się do dalszego pogarszania wizerunku danego przedsiębiorcy. Stosowanie nieuczciwych praktyk reklamowych co do zasady spotyka się również z uzasadnioną krytyką ze strony organizacji zajmujących się społeczną odpowiedzialnością biznesu. W efekcie negatywna ocena w rankingach CSR może skutkować zniechęceniem potencjalnych i doczesnych inwestorów/partnerów biznesowych do dalszej współpracy.

Zdrowie i bezpieczeństwo

W przypadku produktów takich jak leki, suplementy diety czy żywność spożycie danego artykułu dokonane w oparciu o nieuczciwą reklamę może stanowić nawet zagrożenie dla zdrowia, życia i ogólnego bezpieczeństwa konsumentów. Reklama leków i suplementów diety w Polsce podlega szczególnym regulacjom prawnym, mając na celu ochronę zdrowia konsumentów.

RZESZÓW – MIASTO ŚWIADOMYCH KONSUMENTÓW 2.0

Reklama naruszająca prawo – i co dalej?

Zgodnie z ustawą Prawo farmaceutyczne, reklama leków przeznaczonych do stosowania w celach medycznych jest zabroniona, z wyjątkiem produktów dostępnych bez recepty. Naruszenie tych przepisów może prowadzić do poważnych skutków zdrowotnych dla konsumentów. Niezgodna z prawem reklama leków lub suplementów może prowadzić do wprowadzenia konsumentów w błąd co do ich skuteczności, bezpieczeństwa stosowania lub przeznaczenia. Może to skutkować stosowaniem produktów, które nie odpowiadają rzeczywistym potrzebom zdrowotnym, a nawet narażeniem na szkodliwe efekty uboczne. W przypadku suplementów diety, ich nieprawidłowe promowanie jako "cudownych" środków na choroby może opóźnić właściwe leczenie, pogarszając stan zdrowia konsumentów.

Rada Reklamy

Konsument może zgłosić reklamę naruszającą prawo (oprócz organów wymienionych wyżej) także do Rady Reklamy. Rada Reklamy to niezależna organizacja samoregulacyjna w Polsce, która zajmuje się kontrolą przestrzegania zasad etyki reklamy. Jej celem jest zapewnienie, aby reklama w Polsce była zgodna z przepisami prawa, a także z ogólnymi standardami etycznymi, promując odpowiedzialność i uczciwość w komunikacji marketingowej.

Rada Reklamy działa na podstawie Kodeksu Etyki Reklamy, który określa zasady, jakimi powinny kierować się wszystkie reklamy publikowane w Polsce.

Rada Reklamy składa się z przedstawicieli różnych branż, takich jak reklama, marketing, prawo i organizacje konsumenckie. Jej głównymi zadaniami są:

- **Rozpatrywanie skarg na reklamy** – Konsument, organizacje konsumenckie oraz inne podmioty mogą zgłaszać do Rady Reklamy reklamy, które uznają za nieetyczne, wprowadzające w błąd, obraźliwe lub naruszające prawo. Rada ocenia, czy reklama przestrzega zasad Kodeksu Etyki Reklamy.
- **Wydawanie opinii i zaleceń** – Rada Reklamy wydaje opinie dotyczące reklamy, wskazując, czy jest zgodna z przyjętymi normami etycznymi. Jeśli reklama jest niezgodna z zasadami, może wydać rekomendację jej zmiany lub wycofania.
- **Edukacja i promowanie odpowiedzialnej reklamy** – Rada Reklamy prowadzi działania edukacyjne, organizując szkolenia, konferencje oraz wydając publikacje, które mają na celu zwiększenie świadomości o odpowiedzialnym i etycznym prowadzeniu działalności reklamowej.

RZESZÓW – MIASTO ŚWIADOMYCH KONSUMENTÓW 2.0

Reklama naruszająca prawo – i co dalej?

Podsumowanie

Reklama naruszająca prawo niesie za sobą poważne konsekwencje prawne, finansowe oraz wizerunkowe. W interesie firm zatem jest dbać o to, aby ich kampanie reklamowe były zgodne z prawem. Ochrona konsumentów przed nieuczciwymi praktykami reklamowymi jest kluczowa dla utrzymania zaufania do rynku i zapewnienia zasad uczciwej konkurencji. Przestrzeganie przepisów i zasad etycznej reklamy chroni przed sankcjami prawnymi, a także buduje pozytywny wizerunek do firmy i buduje lub wzmacnia zaufanie po stronie konsumentów, co jest oczywiście nieocenione w długoterminowej perspektywie biznesowej.

