



Uchwała Nr ZO/020/20/o
z dnia 6 maja 2020 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawach o sygn. akt:
KER/002/20 i KER/010/20

Ocena KER - w sprawie skarg na przekaz reklamowy firmy nie będącej członkiem

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy

Grottgera 9/3

00-785 Warszawa

Komisja Etyki Reklamy, Zespół Orzekający w składzie:

- Marta Macke – przewodnicząca,
- Elżbieta Kondziola – członek,
- Joanna Łodygowska – członek,

DO:

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”
Rainbow Tours S.A. z siedzibą w Łodzi, zwany dalej „Reklamodawcą”

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 przekazu reklamowego pod kątem zgodności z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Wnioskodawcy podnieśli:

KER/002/20

„opis reklamy: Reklama telewizyjna biura podróży Rainbow w postaci operowego przedstawienia wizji cudownych podróży z tym operatorem turystycznym.

Treść skargi: Reklama narusza powszechnie przyjęte zasady etyki, tekst "...widok z okna zad urywa ..." i to w dodatku w operowym, poważnym tonie jest niedopuszczalny, niesmaczny. Przyjęło się, że "zad" mają duże zwierzęta, potocznie mówi się też w ten sposób, ale jest to wulgarne, o szerokich i tłustych pośladkach człowieka. W ten sposób straciłam zaufanie do biura, którego jestem klientką i mam wykupione wczasy na lato 2020. To takich atrakcji mam się spodziewać na wczasach?" – pisownia oryginalna



KER/010/20

„Treść reklamy: Reklama biura podróży RAINBOW TOURS S.A. pt. „Archipelag beztroski” promująca ofertę na lato 2020 w tonie muzyki operowej, niby w żartobliwy sposób podkreśla walory oferty.

Załączniki:

Skarga: Reklama biura podróży RAINBOW TOURS S.A. pt. „Archipelag beztroski” promująca ofertę na lato 2020 w tonie muzyki operowej, niby w żartobliwy sposób podkreśla walory oferty. Stwierdzenie – „widok z okna zad urywa” jest mało śmieszne w ogólnym przekazie, a wręcz narusza podstawowe zasady etyki i kultury. „Zad” to tylna część tułowia dużych zwierząt lub pot. szerokie i tłuste pośladki człowieka. Nie mam i nie chcę mieć takich pośladków, które są niby miarą atrakcyjności oferty.

Jestem zażenowana, zdegustowana taką reklamą, dodam że jestem klientką tego biura i jest mi wstyd, że taka reklama ma miejsce.” – pisownia oryginalna

We Wnioskach dotyczących reklamy telewizyjnej, podniesiono naruszenie przez reklamę powszechnie przyjętych zasad etyki będących podstawą akceptacji treści reklamowych przez środowisko reklamodawców oraz konsumentów poprzez ewentualność potencjalnego naruszenia dyspozycji poniższej normy Kodeksu brzmiącej, jak następuje:

- Działania objęte postanowieniami Kodeksu będą wykonywane z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami, prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.

Reklamodawca nie udzielił odpowiedzi na zawiadomienie i nie wyraził zgody na uczestnictwo w postępowaniu przed Komisją Etyki Reklamy.

W ocenie Zespołu reklama była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej, z należytą starannością oraz zgodnie z dobrymi obyczajami.

Zespół nie dopatrywał się w reklamie treści nieodpowiedzialnych społecznie.

Biorąc powyższe pod uwagę, Zespół oddalił Wnioski konsumentów.

Komisja Etyki Reklamy nie jest organem właściwym do oceny zgodności z przepisami prawa, dlatego poleca Biuru Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy poinstruowanie Wnioskodawcy o możliwości zwrócenia się do właściwych organów w celu dokładnego zbadania oraz dokonania wiążącej oceny przekazu reklamowego pod kątem jego zgodności z prawem.

W razie pojawienia się jakichkolwiek pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy w sposób wskazany na naszej stronie internetowej 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.

W związku z powyższym, mając na uwadze treść Wniosków oraz na podstawie pkt. 43 ust. 1 lit. b) Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.