



Uchwała Nr ZO/034/20/o
z dnia 14 lipca 2020 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt:
KER/057/20

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

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy

Grottgera 9/3

00-785 Warszawa

Komisja Etyki Reklamy, Zespół Orzekający w składzie:

- Maciej Lissowski – przewodniczący,
- Małgorzata Augustyniak – członek,
- Dorota Kotowska – członek,

DO:

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”

MPK Wrocław z siedzibą we Wrocławiu, 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.

Wnioskodawca podniósł:

„Lokalizacja reklamy: Zewnętrzna

Miejsce reklamy: Wrocław autobusy miejskie Reklamowany produkt: Zatrudnienie w MPK Wrocław

Treść reklamy: Jeśli lubisz tygodniowe wypadki z kumplami, ta praca nie jest dla Ciebie.

Skarga: Ja jak i wiele osób z mojego otoczenia uważamy że reklama ośmiesza kierowców ciężarówek, tworzy wizerunek nierobów, którzy szwendają się po świecie tylko i wyłącznie dla swej przyjemności i zawsze w doborowym towarzystwie. Reklama ma na celu wywyższanie kierowców autobusów. Prawda jednak jest to, że to dwa całkowicie odmienne zawody. Przez takie reklamy społeczeństwo utrwała sobie obraz brudnego głupiego kierowcy który jeździ ciężarówką bo na wszystko inne jest zbyt tępy, ponawia stereotypy. A już na pewno nie pomaga zrozumieć ludziom do jakich wyrzeczeń



zmuszani są kierowcy aby innym niczego nie brakowało tj. części do auta bądź chociażby chleba.”-
pisownia oryginalna

We Wniosku dotyczącym reklamy zewnętrznej, podniesiono naruszenie przez reklamę powszechnie przyjętych zasad etyki będących podstawą akceptacji treści reklamowych przez środowisko reklamodawców oraz konsumentów poprzez ewentualność potencjalnego naruszenia dyspozycji poniższych norm Kodeksu brzmiących, 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.
- Reklamy nie mogą zawierać treści dyskryminujących, w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć lub narodowość.

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

W ocenie Zespołu reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej, z należytą starannością i narusza dobre obyczaje.

Zespół biorąc pod uwagę zawartą w reklamie wizualizację, dopatrywał się w reklamie treści dyskryminujących mężczyzn wykonujących zawód kierowcy samochodów ciężarowych długodystansowych, a zawód ten jest społecznie pożyteczny i wymaga dużej odpowiedzialności.

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 Wniosku oraz na podstawie pkt. 43 ust. 1 lit. c) Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.