



Uchwała Nr ZO/036/20/o  
z dnia 9 lipca 2020 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn. akt:  
KER/065/20

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:

- Elżbieta Kondziola – przewodnicząca,
- Marta Macke – członek,
- Beata Ptaszyńska-Jedynak – członek,

DO:

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”  
P4 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zwany dalej „Reklamodawcą”

**OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO**

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumentckimi, 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:

„Treść reklamy: Zaczyna się reklama. Kuba Wojewódzki i Andrzej Grabowski siedzą na kanapie.

Wojewódzki Pyta Grabowskiego: To co pooglądamy film, czy serial?

Grabowski: "Kubuś, jak obejrzysz film, to żeś przepodł, a jak obejrzysz serial, to masz dwa wyjścia: Albo obejrzysz cały albo pół odcinka. A jak obejrzysz cały to, żeś przepodł, a jak po odcinku to masz dwa wyjścia: To żeś przepodł. I co chwilę powtarza to samo, jednocześnie widać, jak Kuba zdjął okulary i patrzy czy są czyste (nudzi się gadaniem Grabowskiego) Wtedy bierze Pilot i Wojewódzki mówi: To już byśmy dawno coś pooglądali. Link do reklamy: [https://youtu.be/z\\_7mz0Xcgdg](https://youtu.be/z_7mz0Xcgdg)

Skarga: Reklama, którą opisałem powyżej jest bardzo chaotyczna, dialog Pana Kuby Wojewódzkiego z Andrzejem Grabowskim nie ma nic wspólnego z reklamowaną usługą. Według mnie reklama próbuje



przedstawić konsumentów, jako "idiotów", którzy nic nie rozumieją. W pewnym momencie jest scena, gdzie aktor patrzy, czy okulary są czyste, co może sugerować, że się nudzi i może uczyć młodych ludzi, że to co ktoś mówi, nie ma sensu (nieszczególnie interesującego)" – pisownia oryginalna

We Wniosku dotyczącym 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, ani zgody na publikację Uchwały.

Zespół nie dopatrzył się w przedmiotowej reklamie telewizyjnej naruszenia dobrych obyczajów i oddalił Wniosek konsumenta.

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](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.

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