



**Uchwała Nr ZO/069/21o
z dnia 7 lipca 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt: KER/049/21**

OPINIA KER – w sprawie skarg na przekaz reklamowy

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy

**Grottgera 9/3
00-785 Warszawa**

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

- **Małgorzata Rokita – przewodnicząca;**
- **Elżbieta Kondziola – członkini;**
- **Jacek Pawlak – członek;**

DO

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

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

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt KER/049/21. Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna emitowana w dniu 14 kwietnia 2021 r.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w reklamie dopatrywał się narażania rozwoju psychologicznego, moralnego oraz zdrowotnego potencjalnych nieletnich odbiorców reklamy, a także możliwości zawierania treści stwarzających zagrożenie dla życia i bezpieczeństwa nieletnich.

Treść reklamy:

Reklama przedstawia wyrzutnie (tak produkt jest nazwany przez producenta), które swoim wyglądem przypominają pistolety. Reklama przedstawia jak chłopcy celują do siebie tymi wyrzutniami identycznie jak celuje się do kogoś z pistoletu.

[pisownia oryginalna]

Treść skargi:

Dzień, który zgłaszam, to nie pierwszy w jaki ta reklama została wyemitowana. Wydaje mi się, że kanały z bajkami dla dzieci (małych dzieci) nie są odpowiednim miejscem na takie reklamy. Tym bardziej, że reklama jest emitowana w godzinach porannych.

[pisownia oryginalna]

Zespół Orzekający zważył co następuje:

Opinia-ocena Zespołu Orzekającego KER w zakresie oceny przedmiotowej reklamy z ogólnie przyjętymi standardami etycznymi oraz dobrymi praktykami rynkowymi

Zespół Orzekający dokonując oceny przekazu reklamowego uznał, że skarżona reklama naruszyła zasady przyjęte w zakresie standardów reklamowych reklam trafiających do nieletnich odbiorców.

W szczególności Zespół Orzekający uznał, iż przedmiotowa reklama mogła zachęcać młodzież i dzieci do aktywności zagrażających ich zdrowiu lub bezpieczeństwu, ponadto, reklamodawca – w ocenie Zespołu Orzekającego – nie zachował odpowiedniej ostrożności przy kształtowaniu przekazu reklamowego, który mógł trafić do osób nieletnich. Zdaniem Zespołu Orzekającego treści zawarte w skarżonym przekazu reklamowym mogły negatywnie wpłynąć na rozwój psychiczny oraz moralny młodzieży.

Zespół Orzekający pragnie podkreślić, iż zgodnie z art. 5 Karty Ochrony Dzieci w Reklamie KER, wykluczonym jest przedstawianie nieletnich w scenach z użyciem – nawet udawanej – przemocy. Zespół Orzekający pragnie wskazać, iż reklamodawcy tworzący reklamy produktów przeznaczonych do użytku przez nieletnich powinni mieć na uwadze adekwatny do rozwoju psycho-moralnego przekaz, który w żaden sposób nie zachęca do stosowania przemocy wobec siebie lub osób trzecich.



RADA REKLAMY

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rada 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.