



**Opinia Nr ZO/075/21o
z dnia 30 czerwca 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt: KER/086/21**

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:

- **Beata Dziwulska – przewodnicząca;**
- **Teresa Wierzbowska – członkini;**
- **Sławomir Skowerski – członek;**

DO

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”;
Philip Morris Distribution Sp. z o.o., z siedzibą w Krakowie, 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/086/21. Przedmiotem skargi była reklama internetowa dostępna w dniu 8 maja 2021 r.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w reklamie dostrzegł się naruszenia



prowadzenia reklamy w duchu odpowiedzialności społecznej, dobrych obyczajów oraz narażania rozwoju psychologicznego, moralnego oraz zdrowotnego potencjalnych nieletnich odbiorców reklamy .

Treść reklamy:

Reklama animowana pokazuje młodych ludzi szukających dodatkowych pieniędzy. Pokazane są różne okazje, aby dorobić. Na koniec reklama Twój Wkład.

[pisownia oryginalna]

Treść skargi:

Reklama wyrobów tytoniowych jest w Polsce zakazana - czyli zostało złamane prawo.

Reklama skierowana jest do młodych ludzi i próbuje ich przekonać, aby namawiali innych ludzi do palenia (dokładnie do kupowania wkładów) - nieodpowiedzialne społecznie, naruszające prawo.

Reklama poniżej i przedstawia w pogardliwym świetle inne zajęcia - sprzedaż lemoniady, hot-dogów, petsitterów i na ich tle pokazuje sprzedaż wyrobów tytoniowych i namawia do konsumpcji tych wyrobów.

[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 nie narusza ogólnie przyjętych standardów etycznych oraz dobrych praktyk rynkowych.

W ocenie Zespołu Orzekającego skarżony przekaz nie reklamuje produktu tytoniowego, nie zachęca również do palenia. Reklamodawca zadbał o właściwe oznakowanie przekazu, w tym wskazanie, iż reklamowany program przeznaczony jest dla osób powyżej 19 roku życia. Skarżona reklama nie promuje palenia papierosów, nie reklamuje również marki papierosów, wskazuje jedynie logo producenta tego rodzaju wyrobów.

W świetle powyższych ustaleń Zespół Orzekający zdecydował, iż skarżona reklama nie przekroczyła dopuszczalnych norm reklamowych.



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. b) Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.