



**Uchwała Nr ZO/110/21o  
z dnia 3 listopada 2021 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/175/21**

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:

- **Maciej Korobacz – przewodniczący;**
- **Teresa Wierzbowska – członkini;**
- **Małgorzata Domaszewicz – członkini;**

DO

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

Jeździeckiemu Klubowi Przybyszewo. z siedzibą w miejscowości Leszno, zwany dalej „Reklamodawcą”.

**OPINIA – 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 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/175/21**. Przedmiotem skargi była reklama internetowa.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w przekazie reklamowym dopuszczono się przedstawienia cyt. wizerunku upadającego, poniżającego, seksistowskiego i wulgarnego wobec dziewcząt i kobiet. Jak wskazał Skarżący, derki z logotypami klubu są wykorzystywane podczas zawodów, noszą je konie pod amazonkami. Zdaniem Skarżącego, tego rodzaju przekaz reklamowy cyt. wręcz prowokuje do kpin, żartów i niewłaściwych zachowań wobec młodych jeźdźczyń.

Zespół Orzekający zważył co następuje:

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

Po dokonaniu dogłębnej analizy materiału dowodowego w sprawie, Zespół Orzekający doszedł do wniosku, iż skarga zasługuje na uwzględnienie zważywszy na fakt skrajnie dyskryminującego oraz przedmiotowego przedstawienia postaci kobiecej w logotypie reklamodawcy.

Zespół Orzekający pragnie jednoznacznie potępić tego rodzaju próbę humorystycznego podejścia do rzeczywistego problemu uprzedmiotowienia postaci kobiet w reklamie.

Jednocześnie Zespół Orzekający nie dopatrył się w skarżonym przekazie reklamowym działań mogących wskazywać na zachęcanie od przemocy.

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rada 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 Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.

**Zdania odrębne**

Brak.