



Opinia Nr ZO/115/21o
z dnia 17 listopada 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt: KER/183/21

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;
- Jacek Pawlak – członek;
- Anna Gumkowska – członkini;

DO

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”;
USP Zdrowie 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 konsumentkimi, 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/183/21. Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w reklamie dopatrywał się wprowadzania konsumentów w błąd odnośnie właściwości reklamowanego produktu.



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 naruszyła zasad przyjętych w zakresie standardów reklamowych.

W szczególności Zespół Orzekający uznał, iż reklamodawca, konstruując swój przekaz reklamowy wskazał, iż popiera również inne, dostępne formy profilaktyki.

Dodatkowo ustalono, iż reklamodawca przeszedł całą, wymaganą przez polskie prawo krajowe procedurę certyfikacyjną potrzebną celem dopuszczenia reklamowanego produktu na rynek polski.

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 Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.