



Uchwała Nr ZO/120/21o
z dnia 20 października 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn. akt: KER/148/21

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;
- Rafał Wiewiórski – członek;
- Beata Dziwulska – członkini;

DO

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

Węglokoks Sp. z o. o., z siedzibą w Piekarach Śląskich, 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/148/21. Przedmiotem skargi była reklama internetowa.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w reklamie dopatrzył 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 korzysta z dopuszczalnych prawnie nazw własnych produktów.

Zespół Orzekający uznał, iż nie może zobowiązać reklamodawcy ponadto do wykorzystywania lub zaniechania wykorzystywania określonego koloru na opakowaniach, co zdaniem skarżącego miałoby wprowadzać potencjalnego konsumenta w błąd odnośnie właściwości produktu reklamowanego.

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.