



**Uchwała Nr ZO/124/21o
z dnia 24 listopada 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/185/21**

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:

- **Rafał Wiewiórski – przewodniczący;**
- **Małgorzata Rokita – członkini;**
- **Maciej Korobacz – członek;**

DO

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

Zakłady Tłuszczowe Bielmar Sp. z o. o., z siedzibą w Bielsko-Białej, 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/185/21. Przedmiotem skargi było opakowanie produktu spożywczego – margaryny PALMA.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w reklamie dopatrywał się przekazu o charakterze dyskryminującym ze względu na kolor skóry.

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.

W szczególności Zespół Orzekający uznał, iż reklamodawca konstruując swój przekaz reklamowy nie wziął pod uwagę zmieniającej się rzeczywistości społecznej, która obecnie wymaga wzięcia pod uwagę takich aspektów jak zwiększona świadomość społeczna wokół kwestii mogących zostać uznane za przekaz o charakterze np. rasistowskim.

Zespół Orzekający KER zachęca do rozważenia dokonania zmian w przedmiotowej kreacji, w sposób uwzględniający zmieniającą się rzeczywistość społeczną, wykluczający stereotypizację osób czarnoskórych.

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.

Zdania odrębne¹

brak

¹ Jeśli zostały złożone.