



**Uchwała Nr ZO/131/21u**

**z dnia 8 grudnia 2021 r.**

**Zespołu Orzekającego**

**w sprawie o sygn.:**

**KER/197/21**

1. Zespół Orzekający Komisji Etyki Reklamy, działającej przy Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, w składzie:

- **Wojciech Piwocki – przewodniczący;**
- **Zuzanna Warowna-Toruńska – członkini;**
- **Olaf Krynicki - członek**

na posiedzeniu w dniu 8 grudnia 2021 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/197/21, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „**Skarżący**”), przeciwko Polski LEK S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej „**Skarżony**”), w sprawie dotyczącej reklamy radiowej tabletek ENTITIS

**postanawia**

**skargę oddalić.**

**Uzasadnienie**

Zespół Orzekający w przedmiotowej sprawie uznał za zasadne oddalenie skargi zważywszy na fakt, iż wydzźwięk przekazu reklamowego był pozytywny, wbrew twierdzeniom Skarżącego nie dochodziło do propagowania szkodliwego społecznie zachowania.

Po dokonaniu analizy treści przedstawionej w skarżonym przekazie reklamowym Zespół Orzekający uznał, iż reklamodawca w sposób dopuszczalny wykorzystał zabieg reklamowy polegający na przedstawieniu sceny rodzajowej, która przybliżała go do potencjalnego odbiorcy. Dialog wykorzystany w rozmowie bohaterów reklamy nie miał na celu krytyki młodszego dziecka, ale przekazanie konkretnej historii oraz informacji dot. reklamowanego produktu.

**Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne**

Zdaniem Skarżącego, reklama naruszała standardy etyki w reklamie wynikające z art. 2(1), 25 w zw. z art. 32 KER. Jak Skarżący wskazał w treści skargi, doszło do krytyki młodszego, uczącego się mówić



dziecka, przez co doszło w jego odczuciu do promocji postaw szkodliwych społecznie, nie uwzględniających różnego stopnia rozwoju dzieci.

Skarżony wskazał, iż powyższe nie było jego zamiarem. Wykorzystana scenka rodzajowa miała na celu w sposób przyjazny i bliski odbiorcom przedstawienie reklamowanego produktu oraz promocję wytworzenia nawyków suplementacji, szczególnie w okresie pandemicznym.

### **Zdania odrębne**

Brak.