



Uchwała Nr ZO/144/21o

z dnia 1 grudnia 2021 r.

Zespołu Orzekającego

w sprawie o sygn.:

KER/114/21 oraz KER/212/21

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:

- **Małgorzata Augustyniak – przewodnicząca;**
- **Ewelina Czuba – członkini;**
- **Dorota Kotowska – członkini;**

DO

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

CT POLSKA SP. Z O.O. z siedzibą w Piasecznie, 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 wpłynęły tożsame w swoich zarzutach skargi o sygnaturach akt KER/124/21 oraz KER/212/21. Przedmiotem skargi była reklama zewnętrzna salonu z narzędziami CT24.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w reklamie dopatrył się przekazu o charakterze dyskryminującym oraz naruszającym zasadę prowadzenia reklamy w duchu dobrych obyczajów, odpowiedzialności społecznej.

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 ramach Kodeksu Etyki Reklamy.

W szczególności Zespół Orzekający uznał, iż doszło do przedmiotowego i dyskryminującego przedstawienia postaci kobiecej. Zespół Orzekający pragnie podkreślić całkowity brak związku pomiędzy dobranym przekazem reklamowym a reklamowanym produktem. Zespół Orzekający ponadto pragnie wskazać na zmiany społeczne, które czynią dyskryminujący dla kobiet przekaz reklamowy coraz mniej akceptowalnym.

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 odrębne

Brak.