



**Uchwała Nr ZO/151/21u  
z dnia 29 grudnia 2021 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/221/21**

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

- **Wojciech Piwocki - Przewodniczący;**
- **Marta Macke - członkini;**
- **Dorota Wolińska – członkini;**

na posiedzeniu w dniu 29 grudnia 2021 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/221/21, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „**Skarżący**”), przeciwko Grupa Żywiec S.A. z siedzibą w Żywcu (dalej „**Skarżony**”), w sprawie dotyczącej reklamy piwa marki Żywiec

**postanawia**

**skargę oddalić.**

**Uzasadnienie**

Zespół Orzekający po dokonaniu analizy materiału w przedmiotowej sprawie stwierdził, iż przedmiotowa reklama nie naruszyła standardów wynikających z Kodeksu Etyki Reklamy.

Skarżona reklama w żadnym stopniu nie sugerowała, jakoby spożywanie piwa powodowało nabycie nierealistycznych umiejętności lub możliwości. Reklamodawca nie wskazuje ponadto, aby spożywanie reklamowanego piwa powodowało bycie popularniejszym itd.

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

Według Skarżącego w skarżonej reklamie doszło do naruszenia standardów wynikających z art. 8 Karty Standardów Reklamy Piwa, tj. zakazu kreowania wizerunku piwa jako środka do przewyższania problemów życiowych, zakazu przedstawiania i zachęcania do nieodpowiedzialnego lub nadmiernego



spożywania piwa, zakazu sugerowania, iż piwo ma właściwości środka stymulującego, znieczulającego lub uspokajającego.

Skarżony wskazał, iż kwestionowany przekaz reklamowy miał na celu zbudowanie pozytywnego obrazu rzeczywistości, w żadnym razie nie sugerował jednak, jakoby obraz ten stawał się takim dzięki spożyciu reklamowanego produktu.

**Zdania odrębne**

brak