



Uchwała Nr ZO/047/22u

z dnia 25 maja 2022 r.

Zespołu Orzekającego

w sprawie o sygn.:

KER/045/22

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

- Ewelina Czuba - Przewodnicząca;
- Anna Gumkowska - członkini;
- Beata Ptaszyńska-Jedynak – członkini;
- 

na posiedzeniu w dniu 25 maja 2022 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/045/22, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „Skarżący”), przeciwko Allegro Sp. z o.o. w Poznaniu (dalej „Skarżony”), w sprawie dotyczącej reklamy produktu turystycznego

**postanawia**

skargę odrzucić.

**Uzasadnienie**

Zespół orzekający po dokonaniu analizy materiału w przedmiotowej sprawie stwierdził, iż w przypadku przedmiotowej reklamy nie mogło dojść do merytorycznego rozpoznania zarzutów ze względu na brak możliwości dokonania szczegółowych ustaleń odnoszących się do zasad targetowania ww. reklamy, w tym w szczególności w jaki sposób reklama trafiła do odbioru przez Skarżącego oraz dzieci i młodzież.

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

Według Skarżącego reklama w sposób nacechowany przekazem erotycznym przedstawia produkt turystyczny (przenośna toaleta), w takich okolicznościach, w których może ona trafić do odbioru osób, które sobie tego nie życzą.

Skarżony odrzucił stawiane mu zarzuty wskazując, iż targetuje reklamy określonych produktów według kategorii, które potencjalni konsumenci wyszukują. Dla przykładu, kwestionowany produkt może pojawić się klientowi wcześniej wyszukującemu produktów z zakresu tematycznego turystyki lub ogrodnictwa.