



**Uchwała Nr ZO/048/22u
z dnia 25 maja 2022 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/046/22**

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/046/22, 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 uwzględnić.

Uzasadnienie

Zespół orzekający po dokonaniu analizy materiału w przedmiotowej sprawie stwierdził, iż w przypadku przedmiotowej reklamy doszło do naruszenia standardów etycznych wynikających z Kodeksu Etyki Reklamy, w szczególności nakazu prowadzenia reklamy w poczuciu odpowiedzialności społecznej i dobrych obyczajów.

W ocenie Zespołu Orzekającego z przekazu reklamowego nie wynika, jaki rodzaj produktu jest reklamowany, a cały ciężar zrozumienia reklamy stoi po stronie potencjalnego konsumenta. Dodatkowo Zespół Orzekający pragnie wskazać na nieadekwatność dobranego obrazka reklamującego produkt. Zespół Orzekający przyjął, że kwestionowana reklama jest tzw. performansowa, nie wiadomo jednak przy tym, kto wybiera ww. obraz, czy dzieje się tak za pomocą wyszukiwarki Google czy też czyni to reklamodawca.



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. Dodatkowo, wg Skarżonego obrazek reklamujący produkt został stworzony przez sprzedawcę i dodany do oferty.

Zdania odrębne

Brak