



**Uchwała Nr ZO/055/22u
z dnia 8 czerwca 2022 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/063/22**

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

- **Wojciech Piwocki – Przewodniczący;**
- **Zofia Sanejko – Członkini;**
- **Dorota Kotowska-Symes – Członkini;**

na posiedzeniu w dniu 8 czerwca 2022 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/063/22, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „**Skarżący**”), przeciwko **Natur Produkt Zdrowit Sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (dalej „**Skarżony**”), w sprawie dotyczącej reklamy suplementu żywienia

postanawia

skargę uwzględnić.

Uzasadnienie

Zespół orzekający po dokonaniu analizy materiału w przedmiotowej sprawie stwierdził, iż w przypadku przedmiotowej reklamy doszło do naruszenia standardów określonych w Kodeksie Etyki Reklamy, w szczególności w zakresie wykorzystania ich niewiedzy i nadużycia zaufania.

Zespół Orzekający wskazał, iż sformułowania występujące w skarżonej reklamie – takie jak cyt. „podziękujesz jak zjesz” mogą namawiać do jedzenia szkodliwych dla osób z nietolerancją laktozy produktów, natomiast cyt. „mleczne produkty znów są bezpieczne” nie mogą być uznane za prawdę.

Ponieważ u niektórych osób problem nietolerancji jest na tyle poważny, że nie da się go zniwelować suplementem, Zespół Orzekający uznał że te osoby mogą być wprowadzone w błąd i narażone na zwiększenie dolegliwości. W konsekwencji, tego rodzaju przekaz reklamowy może być postrzegany jako namawianie do nieodpowiedzialnego zachowania, w związku z czym sama reklama powinna zostać uznana za nieodpowiedzialną społecznie.



Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne

Według Skarżącego reklama cyt. *nie powinno się namawiać kogoś, kto jest świadomy swoich problemów zdrowotnych, do bagatelizowania tych problemów pod pretekstem zjedzenia sernika i preparatu laktontrol. Osoba, która sygnalizuje, że ma nietolerancję laktozy, ulega w reklamie nieodpowiedzialnym namowom, co może skutkować takimi samymi nieodpowiedzialnymi zachowaniami w rzeczywistości.*

Skarżony odrzucił stawiane mu zarzuty wskazując, iż przedmiotowa reklama w żaden sposób nie namawia do nieodpowiedzialnych zachowań, istnieją takie rodzaje nietolerancji laktozy, w których to przypadkach osoby na nią cierpiące mogą suplementować enzym „laktazę” dzięki czemu mogą uniknąć przykrych konsekwencji konsumpcji laktozy. Reklamowany produkt tak właśnie działa, stąd może polepszyć sytuację konsumentów, a nawet wyeliminować w niektórych przypadkach pierwotny problem.

Zdania odrębne

brak