



**Uchwała Nr ZO/057/22o
z dnia 23 lutego 2022 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/071/21**

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:

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

DO

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

Etam Poland Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, zwany dalej „Reklamodawcą”

OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumentckimi, 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 wpłynęła skarga o sygnaturze akt KER/071/21. Przedmiotem skargi była reklama bielizny kobiecej.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w jego ocenie w przekazie reklamowym doszło do wykorzystania zakazanych praktyk polegających na dyskryminacji ze względu na pochodzenie (przestrzeganie rodziców przed uchodźcami).

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 po dokonaniu analizy materiału w przedmiotowej sprawie stwierdził, iż w przypadku przedmiotowej reklamy nie doszło do naruszenia zasad prowadzenia reklamy w duchu odpowiedzialności społecznej i dobrych obyczajów, nie doszło również do naruszenia dobrostanu dzieci i młodzieży.

Dodatkowo, jeśli reklamowana jest bielizna, widoczność sutków kobiecych w jakimś stopniu jest niemalże nieunikniona widoczne, nie ma w tym wulgarności ani pornografii. Sam biustonosz pokazany jest wszakże siłą rzeczy na piersiach kobiecych.

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