



**Uchwała Nr ZO/061/22u  
z dnia 15 czerwca 2022 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/049/22**

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

- **Elżbieta Kondziola - Przewodnicząca;**
- **Olaf Krynicki - członek;**
- **Jacek Pawlak – członek;**

na posiedzeniu w dniu 15 czerwca 2022 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/049/22, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „**Skarżący**”), przeciwko YES S.A. w Poznaniu (dalej „**Skarżony**”), w sprawie dotyczącej reklamy biżuterii

**postanawia**

**skargę oddalić.**

**Uzasadnienie**

Zespół orzekający po dokonaniu analizy materiału w przedmiotowej sprawie stwierdził, iż w przypadku przedmiotowej reklamy nie doszło do naruszenia standardów wynikających z Kodeksu Etyki Rady Reklamy. W ocenie Zespołu Orzekającego kwestionowana reklama odnosi się do prawa każdego człowieka do określenia swojej tożsamości, również płciowej.

W ocenie Zespołu Orzekającego przekaz reklamowy odnoszący się do ogólnych zasad tolerancji, humanizmu oraz odpowiedzialności społecznej pozostaje spójny z ogólnymi zasadami reklamy, w tym zasadą zakazu dyskryminacji.



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

Według Skarżącego reklama w sposób niedopuszczalny odnosi się swoim hasłem reklamowym do cyt. „ideologii gender”. Dodatkowo Skarżący uznał je za cyt. “subiektywne traktowanie rzeczywistości i faktów w oparciu o własne samopoczucie”.

Skarżony odrzucił stawiane mu zarzuty wskazując, iż jego hasło reklamowe wpisuje się w ogólną kampanię reklamową, która zakłada promocję zasad inkluzji społecznej oraz antydyskryminacji. Skarżony odrzucił argumentację Skarżącego według którego miał podważać obiektywne postrzeganie rzeczywistości.

### **Zdania odrębne**

Brak