



**Uchwała Nr ZO/063/22o
z dnia 15 czerwca 2022 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/053/22**

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:

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

DO

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

Telemedika , 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/053/22. Przedmiotem skargi była reklama usług medycznych.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w jego ocenie w przekazie reklamowym reklamodawcy, który świadczy usługi z zakresu telemedycyny, doszło do wprowadzenia konsumentów w błąd poprzez wykorzystania w nim zdjęcia modelki przebranej za lekarza.

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 uznał, iż w pierwszej kolejności czuje się w obowiązku wskazać, iż zarówno z punktu widzenia etycznego, odpowiedzialności społecznej, jak również z punktu widzenia prawnego zakazu reklamy usług medycznych, oceniana reklama nie powinna być w ogóle emitowana ze względu na to, stanowi właśnie reklamę usług medycznych.

W dalszej kolejności w ocenie Zespołu Orzekającego należy podkreślić, iż wykorzystywanie zdjęć osób z katalogu typu Stock wprowadza potencjalnego konsumenta w błąd w zakresie jego zaufania, jakoby osoba przedstawiona w reklamie posiada kwalifikacje medyczne, na których opiera swoją rekomendację danego podmiotu leczniczego.

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