



**Uchwała Nr ZO/072/22o  
z dnia 31 sierpnia 2022 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawach łączyonych o sygn.:  
KER/096/22 oraz KER/100/22**

OPINIA KER – w sprawie skarg na przekaz reklamowy

**Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy  
Grottgera 9/3  
00-785 Warszawa**

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

- **Elżbieta Kondziola - Przewodnicząca;**
- **Zofia Sanejko - członkini;**
- **Donata Wolińska – członkini;**

DO

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

USP Zdrowie 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 wpłynęły skargi o sygnaturze akt KER/096/22 i KER/100/22. Przedmiotem skarg była reklama leku przeciwbólowego.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w jego ocenie w przekazie reklamowym doszło do wykorzystania zakazanych praktyk polegających na wprowadzeniu w błąd co do właściwości produktu oraz wykorzystania niewiedzy konsumentckiej, a także naruszeniu ogólnych zasad etyki reklamy.



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 skargi nie zasługują na uznanie. Zespół podzielił argumentację Skarżonego, że kwestia konsekwencji, do których odnieśli się Skarżący w swojej skardze zakłada z góry, iż zawsze mogą zaistnieć inne, poważniejsze przyczyny bólu. Stąd też, w ulotce jest o tym informacja i dlatego do tego odnoszą się firmy produkujące takie leki. Reklamodawca dodatkowo w sposób dopuszczalny zakłada racjonalność konsumenta.

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy w sposób wskazany na naszej stronie internetowej [www.radareklamy.pl](http://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