



**Uchwała Nr ZO/004/23o
z dnia 24 stycznia 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/122/22**

OPINIA KER – w sprawie skargi 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:

- **Małgorzata Augustyniak – przewodnicząca**
- **Zofia Sanejko – członkini**
- **Mariusz Ryciak – członek**

do

Konsumenta (dane w aktach sprawy), zwanego dalej „Skarżącym”;

PKN Orlen S.A. z siedzibą w Płocku, zwanej dalej „Skarżoną”.

OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumentkimi, 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 przedstawionego przekazu reklamowego pod kątem zgodności z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt KER/122/22. Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna PKN Orlen odnosząca się do rabatów na paliwo w ramach programu Vitay. Reklama wykorzystywała wizerunek pana Roberta Kubicy. Zgodnie ze stanowiskiem Skarżącego:

Niestety Robert Kubica promuje bardzo złe nawyki za kierownicą w postaci niezwracania uwagi na drogę tylko rysowania portretu chłopca i pokazywaniu chłopcu tego portretu. Niestety R. Kubica



przestaje w tym momencie trzymać kierownicę a jest w samochodzie samodzielnie. Reklama nieświadomie propaguje kwestie bezpieczeństwa na drodze. [pisownia oryginalna]

Skarżony nie udzielił odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, jak również nie przedstawił stanowiska w sprawie.

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 reklama postępująca się wizerunkiem pana Roberta Kubicy nie propaguje złych nawyków w zakresie bezpieczeństwa na drodze. W początkowej części reklamy pan Robert Kubica odgrywa rolę kierowcy samochodu, co sugeruje atrapa kierownicy (choć wydaje się, że jednocześnie zajmuje miejsce pasażera na tylnym siedzeniu). Niemniej, w momencie w którym nie trzyma rąk na kierownicy - pokazując chłopcu z sąsiedniego samochodu jego portret - siedzi na miejscu pasażera na tylnym siedzeniu i nie odgrywa roli kierowcy (nie widać kierownicy). Dodatkowo, w każdym momencie ma zapięte pasy. Jakkolwiek taka zmiana ról aktora może wprowadzać pewną konfuzję, to biorąc pod uwagę reguły, jakimi rządzi się przekaz reklamowy (forma skrótowa, niedosłowna), Zespół Orzekający nie dopatrył się w skarżonej reklamie treści niezgodnych z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

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 Orzekający ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.

Zdania odrębne

Brak

Zgodnie z pkt. 59 w zw. z art. 35 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Skarżący może odwoływać się od Uchwały Zespołu Orzekającego w terminie dziesięciu dni roboczych od doręczenia Uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznane Zespołowi Orzekającemu w dacie podjęcia Uchwały, od której Strona wnosi odwołanie.