



**Uchwała Nr ZO/011/23o  
z dnia 22 lutego 2023 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/075/22**

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:

- **Sławomir Skowerski - przewodniczący**
- **Kamil Bolek – członek**
- **Olaf Krynicki – członek**

do

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

Jarosława Ostrowskiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „Wypożyczalnia Babice Jarosław Ostrowski”, zwanym dalej „Skarżonym”.

**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/075/22. Przedmiotem skargi była reklama zewnętrzna (billboard) wypożyczalni sprzętu budowlanego w Babicach.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż wskazana reklama posługuje się wizerunkiem półnagiej kobiety.



Zgodnie ze stanowiskiem Skarżącego:

*Reklama wypożyczania sprzętu budowlanego przedstawia rozebraną kobietę, oblezioną przez mężczyzn i maszyny budowlane. Jedną z maszyn próbuje zdjąć majtki, jedyną odzież kobiety. Reklama jest seksistowska, wprowadza w błąd, wykorzystuje ciało kobiety. Znajduje się w odległości do 100 metrów od szkoły. Narusza zasady współżycia społecznego, wisi na terenie prywatnym właściciela firmy i jej duży format jest ustawiony wzdłuż ulicy na prywatnej przyczepie. Jest mi wstyd, że w obecnych czasach musimy dorastającemu synowi tłumaczyć, dlaczego jeszcze polskie prawo dopuszcza umieszczanie takich zdjęć i przekazów w przestrzeni publicznej.*

[pisownia oryginalna]

Skarżony 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 skarżona reklama jest niezgodna z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Należy zwrócić uwagę, że w przypadku przedmiotowej reklamy, przedstawiona nagość kobiety nie ma żadnego związku z reklamowaną usługą, jaką jest wypożyczanie sprzętu budowlanego. Nie sposób zaakceptować zamysłu kampanii reklamowej, opierającej się na koncepcie nagości w sposób zupełnie niezwiązany z reklamowanym produktem (jak np. reklama bielizny), czy usługą (np. niektóre usługi medyczne).

Nadto, zgodnie z oświadczeniem Skarżącego, reklama w formie wielkoformatowego billboardu ma znajdować się w pobliżu szkoły. Tym samym, nawet jeżeli reklama nie jest bezpośrednio skierowana do dzieci, tak dzieci mogą być jej odbiorcami ze względu na formę oraz miejsce i sposób jej prezentowania.

Mając na uwadze powyższe, nie ulega wątpliwości, że przekaz Skarżonego pozostaje w sprzeczności z ogólnie przyjętymi normami etycznymi. Kampania prowadzona była z uchybieniem należytej staranności, niezgodnie z dobrymi obyczajami, w braku poczucia odpowiedzialności społecznej i zawiera treści dyskryminujące ze względu na płeć. Nadto, sposób i forma udostępnienia reklamy odbyły się bez poszanowania dla dobrostanu dzieci, które mogą być jej odbiorcami. Z tego względu, w ocenie Zespołu Orzekającego, niedopuszczalne z punktu widzenia zasad etyki jest posługiwanie się konceptem kreatywnym jak w kwestionowanym przekazie.

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 skargi, 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.*