



**Uchwała Nr ZO/034/23u
z dnia 15 marca 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/006/23**

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

- **Wojciech Piwocki - przewodniczący**
- **Ewelina Czuba – członkini**
- **Beata Dziwulska – członkini**

na posiedzeniu w dniu 15 marca 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/006/23, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Aflofarm Farmacja Polska sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach, w sprawie dotyczącej reklamy produktu Rutinacea Max D3,

postanawia

skargę oddalić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej: „KER”) konsument (dalej: „Skarżący”) wskazał, że Aflofarm Farmacja Polska sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach (dalej: „Skarżona”) stosuje reklamę produktu Rutinacea. Reklama jest emitowana w telewizji.

Skarżący wskazał na naruszenie przez Skarżoną zasad etyki reklamy.

Zgodnie ze stanowiskiem Skarżącego:

Spot reklamuje witaminy. Rozmowa dwóch pań, w której jest gra słów nawiązująca do zostawienia męża po wielu latach związku. Wykorzystanie dialogu:

"- Zostawiłam Krzysztofa.



– Nagle po tylu latach?

– Nie dawał mi wszystkiego. Mój nowy wybór to Rutinacea... [...]"

budzi mój sprzeciw jako niestosowne porównanie, godzące w jedność małżeństwa i rodziny. Wykorzystanie w celach marketingowych gry słów odnoszącej się do dramatu rozwodu, jest w moim odczuciu niewłaściwe i nieodpowiednie.

Pod koniec reklamy sprawa się okazuje błaha i zmienia swój charakter ("Krzysztof chciał pobyc dłużej z wnukami"), jednak niesmak we mnie, jako widzu, pozostaje.

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 2 ust. 1 i art. 4 Kodeksu Etyki Reklamy:

Art. 2

1. *Działania objęte postanowieniami Kodeksu będą wykonywane z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami, prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.*

Art. 4

Reklamy nie mogą zawierać treści dyskryminujących, w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć lub narodowość.

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie w korespondencji z dnia 13 lutego 2023 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Skarżona wskazała, że ciężko jej się odnieść do niemerytorycznych zarzutów Skarżącego, które wyrażają jego, jedynie subiektywne odczucia po zapoznaniu się z przekazem marketingowym. Na marginesie należy wskazać, że poza ograniczeniami wynikającymi z przepisów prawa, przedsiębiorca ma dowolność w kreowaniu przekazu marketingowego. Sama reklama ma bowiem za zadanie przedstawić informacje o produkcie, w taki sposób, aby zachęcić konsumenta do jego zakupu. Użyte w reklamie hasła są zabiegiem naturalnym, powszechnym i nie narażającym odbiorcy na żadne niedogodności emocjonalne.

Na posiedzeniu w dniu 15 marca 2023 roku obecna przedstawicielka Skarżonej poparła dotychczas przedstawione stanowisko.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.



W ocenie Zespołu Orzekającego, skarżona komunikacja nie narusza zasad etyki wyrażonych w Kodeksie Etyki Reklamy.

Użyte w wypowiedzi jednej z bohaterek reklamy sformułowanie („Zostawiłam Krzysztofa”) ma charakter gry słów, która miała na celu przykucie uwagi odbiorcy i zastosowana została w konwencji żartobliwej przenośni. W ocenie Zespołu Orzekającego wypowiedziana kwestia z pewnością nie ma wydzwięku godzącego w jedność małżeństwa i rodziny. Tym bardziej, że w dalszej części scenariusza bohaterka wyjaśnia, że w istocie Krzysztof przebywa z wnukami.

W ocenie Zespołu Orzekającego komunikacja prowadzona była z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami oraz w poczuciu odpowiedzialności społecznej. Nie można również przychylić się do stanowiska Skarżącego, jakoby reklama godziła w dobro, jakim jest rodzina czy małżeństwo. Mając to na uwadze, nie doszło do obrazy zasad określonych w Kodeksie Etyki Reklamy.

Mając na względzie powyższe, Zespół Orzekający, na podstawie art. 49 pkt 2 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, postanowił skargę oddalić.

Zdania odrębne

Brak

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