



**Uchwała Nr ZO/051/23o
z dnia 26 kwietnia 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/037/23**

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

- **Elżbieta Kondziola – przewodnicząca**
- **Mariusz Ryciak – członek**
- **Sławomir Skowerski – członek**

na posiedzeniu w dniu 26 kwietnia 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/037/23, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Zara Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, w sprawie dotyczącej reklamy internetowej ubrania marki Zara, dokonał oceny skarżonego przekazu reklamowego jako zgodnego z ogólnie przyjętymi normami etycznymi.

OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumenckimi, 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.

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej: „KER”) konsument (dalej: „Skarżący”) wskazał, że Zara Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Skarżona”) stosuje reklamę internetową ubrania marki Zara, która promuje nadmierną chudość.

Zgodnie ze stanowiskiem Skarżącego:

Reklamy Zary promują chorobliwą chudość. Tego typu reklamy są w wielu krajach prawnie zakazane, ponieważ udowodniono w badaniach, że pływają bardzo negatywnie na psychikę odbiorców i zwiększają zachorowania na anoreksje i bulimie.



Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 2 ust. 1 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.*

Skarżona nie przedstawiła stanowiska w sprawie.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

Zespół Orzekający uznał, iż skarżona reklama jest zgodna z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Wizerunek modelki prezentującej na zdjęciu ubranie marki Zara przedstawia, w ocenie Zespołu Orzekającego, kobietę o szczupłej budowie ciała. Nie jest to – jak wskazuje Skarżący – chorobliwa chudość. Zdaniem Zespołu Orzekającego w istocie modelka jest szczupła, jednak wygląda zdrowo, co sugeruje jej naturalną budowę ciała. Z pewnością nie można mówić w przypadku rzeczonyj reklamy o promowaniu nadmiernie wychudzonego wizerunki sylwetki, co może prowadzić do nieprawidłowych postaw żywieniowych, takich jak anoreksja czy bulimia, zwłaszcza wśród młodych odbiorców reklamy.

Mając na uwadze powyższe, przekaz Skarżonej pozostaje w zgodzie z ogólnie przyjętymi normami etycznymi. Działania Skarżonej wykonywane były z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami, prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.

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 skargi, Zespół Orzekający ocenił przedmiotową reklamę jak w osnowie niniejszej Uchwały.

Zdania odrębne

Brak.



RADA REKLAMY

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, nieznanne Zespołowi Orzekającemu w dacie podjęcia Uchwały, od której Strona wnosi odwołanie.