



**Uchwała Nr ZO/080/23u
z dnia 30 sierpnia 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/089/23**

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

- **Maciej Lissowski - przewodniczący**
- **Teresa Wierzbowska – członkini**
- **Agnieszka Kępińska - Sadowska – członkini**

na posiedzeniu w dniu 30 sierpnia 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/089/23 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Żabka Polska sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu w sprawie dotyczącej reklamy pieczywa w sklepach Żabka Nano,

postanawia

skargę oddalić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Żabka Polska sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu (dalej także: „Skarżona”) stosowała reklamę obrażającą uczucia religijne.

Zgodnie ze skargą:

Zachęta do kupowania świeżego chleba w niedzielę w sklepie Żabka Nano.

Reklama używa języka nawiązującego do wiary chrześcijańskiej w celach marketingowych. Ponadto czyni to w sposób prześmiewczy. Uraża to moje uczucia religijne.

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym art. 2 ust. 1 oraz 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 25 sierpnia 2023 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Skarżona wskazała, że reklamy sieci Żabka Nano stanowią cykl o charakterze żartobliwym, a reklama spełnia wszelkie etyczne wymogi i jest zgodna z normami i dobrymi praktykami. Jest to swego rodzaju „mruknięcie okiem” do odbiorcy w drodze zastosowanego żartu z wieloznacznym przekazem.

Odnosząc się również do przepisów prawa karnego:

Art. 196. [Obraza uczuć religijnych]

Kto obraża uczucia religijne innych osób, znieważając publicznie przedmiot czci religijnej lub miejsce przeznaczone do publicznego wykonywania obrzędów religijnych, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 2.

Zdaniem skarżonej żadna z powyższych przesłanek nie jest spełniona, co przemawia za oddaleniem skargi jako bezzasadnej.

Mając to na uwadze, Skarżona wniosła o oddalenie skargi z uwagi na brak naruszenia norm Kodeksu Etyki Reklamy.

Na posiedzeniu w dniu 30 sierpnia 2023 roku obecny pełnomocnik Skarżącej poparł dotychczas przedstawione stanowisko.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

W ocenie Zespołu Orzekającego skarżony przekaz nie narusza zasad etyki wyrażonych w Kodeksie Etyki Reklamy.

Skarżona reklama posługuje się zestawieniem słów „chleb” i „powszedni”. W ocenie Zespołu Orzekającego przeciętny konsument rozumie wskazaną frazę jako stanowiącą desygnat wspólności, prozaiczności czy też zwyczajności. Służy to podkreśleniu, że świeży chleb w sklepach Żabka nie stanowi nic niezwykłego, nawet w niedzielę. Nie bez znaczenia jest fakt, że reklama odnosi się do sklepów samoobsługowych Żabka Nano, gdzie dostępność towarów zapewniona jest przez całą dobę, siedem dni w tygodniu.



Kwestionowany dobór słów nie prowadzi, zdaniem Zespołu Orzekającego, do obrazy uczuć religijnych. Określenia takie jak „cud”, „niedziela”, „chleb powszedni” używane są w różnych kontekstach i nie można im przypisać wyłącznie charakteru religijnego. Tym bardziej nie można ich przypisać wyłącznie wierze chrześcijańskiej.

Mając na względzie powyższe, Zespół Orzekający, na podstawie art. 49 lit. b 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.