



**Uchwała Nr ZO/092/23u
z dnia 15 listopada roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/111/23**

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

- **Jacek Pawlak - członek**
- **Rafał Wiewiórski - przewodniczący**
- **Dawid Kryszczyński- członek**

na posiedzeniu w dniu 15 listopada 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/111/23 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Sandoz Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w sprawie dotyczącej reklamy leku Ketonal Active,

postanawia

skargę oddalić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Sandoz Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej także: „Skarżona”) stosowała na platformie You Tube reklamę leku niezgodną z zasadami etyki.

Zgodnie ze skargą:

Młoda kobieta prowadzi tira i opowiada o swojej pracy.

Reklama pokazuje młodą kobietę za kierownicą tira. Mówi prowadząc samochód, że w tej pracy nie ma miejsca na pomyłki, że ból nie może jej rozpraszać, musi być skupiona i dlatego zawsze ma przy sobie Ketonal Active. Pokazuje opakowanie. W 10tej sekundzie ciągle będąc za kierownicą robi charakterystyczny dla bólu głowy gest.

Film wyraźnie sugeruje, że kierująca może korzystać z leku za kierownicą. Można tę reklamę tak odczytać, zwłaszcza, że reklama jako kilkunastosekundowy przekaz, korzysta ze skrótów, przeskoków. Taki przekaz jest nieetyczny. Ketonal to silny lek. Ulotka – niektóre efekty uboczne leku – senność, zawroty głowy, drgawki, zaburzenia widzenia – mogą wpływać na ośrodkowy układ nerwowy. Jeżeli wystąpią, należy powstrzymać się od prowadzenia pojazdów i obsługi urządzeń mechanicznych.



Pokazywanie takiego leku w kontekście kierujących, a do tego tirem, jest niebezpieczne i narusza prawo. To jest sugerowanie i nakłanianie do nieodpowiedzialnych zachowań, które mogą mieć śmiertelne skutki. Kierowcy tirów pracują w bardzo trudnych warunkach i napiętych grafikach. Zazwyczaj nie mogą sobie pozwolić na przerwy poza wyznaczonymi tachometrem.

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 2 ust. 1, art. 8, art. 10 ust. 1 lit. a Kodeksu Etyki Reklamy.

Art. 2 ust. 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. 8

Reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy.

Art. 10 ust. 1 lit. a

Ponadto reklamy nie mogą wprowadzać w błąd jej odbiorców, w szczególności w odniesieniu do istotnych cech, w tym właściwości, składu, metody, daty produkcji, przydatności, ilości, pochodzenia (w tym geograficznego) reklamowanego produktu;

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie w korespondencji z dnia 10 listopada 2023 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Skarżona wskazała, że skarżony przekaz nie jest emitowany przez Spółkę od końca 2022r. Przedmiotowa reklama była już przedmiotem skargi KER w 2021 r. Wówczas: *Zespół Orzekający uznał, iż skarżona reklama nie narusza standardów odnoszących się do prowadzenia przekazu reklamowego w duchu odpowiedzialności społecznej, dobrych obyczajów oraz zasad uczciwej konkurencji. Ponadto, Zespół Orzekający nie dostrzegł, aby doszło do naruszenia zasad informowania o możliwych, niebezpiecznych skutkach ubocznych zażycia leku reklamowanego przez skarżoną reklamę. (...) Zespół Orzekający pragnie wskazać, iż reklama nie ukazuje zażywania leku podczas jazdy przez zawodowych kierowców, co w dużej mierze pozostaje w sferze interpretacji Skarżącego.*

Po wydaniu uchwały do reklamy dodana została informacja następującej treści: *Niesteroidowe leki przeciwzapalne mogą wpływać na ośrodkowy układ nerwowy, istnieje możliwość wystąpienia senności, zawrotów głowy, zaburzeń widzenia lub drgawek. W razie wystąpienia opisanych objawów nie należy prowadzić pojazdów ani obsługiwać maszyn.*

Zdaniem Skarżonej reklama nie przedstawia kierowcy zażywającego reklamowany lek. Wskazuje jedynie na to, że w razie potrzeby „ma przy sobie Ketonal Active”. Nie można również interpretować



reklamy z wyłączeniem jej ścieżki dźwiękowej („ból nie może mnie rozpraszać, dlatego zawsze mam przy sobie Ketonal Active”).

Skarżona podkreśla, iż gest „charakterystyczny dla bólu głowy i późniejsze wskazanie na ból pleców”, nie pokazują, że kierująca może korzystać z leku w czasie jazdy. Wskazuje jedynie na objawy, którym przeciwdziała Ketonal Active.

Spółka dobierając postaci do spotów reklamowych, stara się pokazać silnych bohaterów. Jest to zatem część szerszej kampanii przedstawiającej zarówno sylwetki żeńskie (tatużystka, kierowczyni tira), jak i męskie (sędzia bokserski). Rzeczona reklama koncentruje się na postaci kobiety jako bohaterce odważnej, o zdecydowanym charakterze. W żadnym momencie reklamy nie jest sugerowane, że wzięła ona produkt leczniczy. Przekaz jest zapewnieniem, że ból jej nie zaskoczy i nie przeszkodzi w wykonywaniu zadań.

Reklama posiada ostrzeżenie, w którym wskazana jest konieczność zapoznania się z ulotką przez pacjenta, ze względu na odmienną i niemożliwą do przewidzenia reakcję poszczególnych pacjentów.

Ketoprofen, którego dotyczy reklama, nie należy do grupy leków wykluczających możliwość kierowania pojazdem. Działania niepożądane występują niezbyt często, rzadko lub o nieznanym częstości, na co wskazuje Charakterystyka Produktu Leczniczego.

Zgodnie z badaniem „Driving dunder the influence of drugs, alcohol and medicines”, realizowanym przez ITS w ramach projektu UE, ketoprofen został uznany za mający niewielki wpływ na zdolność do prowadzenia pojazdów.

Reklama jest zatem zgodna z prawem, a ewentualne ryzyko związane z przyjęciem leku producent stara się niwelować, zachęcając pacjenta do zapoznania się z treścią ulotki dołączonej do opakowania.

Spółka podkreśla, iż reklama podlegała kontroli co do zgodności z prawem wskutek wszczęcia postępowania przez Głównego Inspektora Farmaceutycznego.

Informację o wpływie na zdolność prowadzenia pojazdów i obsługiwanie maszyn można znaleźć w ulotce dla pacjenta każdego produktu leczniczego. Nadto, tego rodzaju przekaz reklamowy można uznać za praktykę rynkową, stosowaną również przez marki konkurencyjne.

Działalność reklamowa jest traktowana przez Skarżoną niezwykle poważnie. Wszystkie reklamy przechodzą proces akceptacji, by zapewnić ich zgodność z prawem i Kodeksem Etyki Spółki. Zażywanie leku wiąże się z pewnym ryzykiem, jednak pacjent jako świadomy konsument, wie że ma do czynienia z produktem leczniczym. Ostrzeżenie zawarte w reklamie ma na celu minimalizację powyższego ryzyka.

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



Zespół Orzekający zważył, co następuje.

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

Wskazana reklama była już przedmiotem uchwały KER Nr ZO/084/21u z dnia 16 czerwca 2021 r., jednak wówczas skarga dotyczyła braku informacji wyjaśniającej ewentualne skutki uboczne, mogące wystąpić po zażyciu leku. Uwagi dotyczące ówczesnej skargi zostały implementowane przez Skarżoną. Skarga, która jest przedmiotem aktualnej uchwały, dotyczy zarzutu prowadzenia i jednoczesnego zażywania leku.

Zespół Orzekający nie znajduje w skarżonym przekazie niezgodności z ogólnie przyjętymi zasadami etyki wyrażonymi w Kodeksie Etyki Reklamy. Reklama nie posiada jakichkolwiek sugestii wskazujących na jednoczesne spożywanie leku i prowadzenie pojazdu.

Rzeczona reklama przedstawia kobietę - kierowczynię tira, która w swojej pracy nie może pozwolić sobie na ból. Posiadanie leku „pod ręką” nie jest, zdaniem Zespołu Orzekającego, jednoznaczne z jego zażyciem. Nie oznacza również zachęcania do pracy w trakcie niedyspozycji spowodowanej bólem. Charakterystyczne dla pokazania bólu gesty, wskazują na najczęstsze przyczyny bólu (ból głowy i pleców), którym przeciwdziałać ma Ketonal Active.

Dobór bohaterki reklamy, z jednej strony ma symbolizować siłę, ale też odpowiedzialność. Opakowanie leku, który jest „w pobliżu” ma wspierać ją w niezawodności; nie jest bynajmniej równoznaczne z zażywaniem leku i prowadzeniem ciężarówki jednocześnie.

Z załączonego przez Skarżoną materiału wynika, iż substancja aktywna Ketonal Active - ketoprofen - ma niewielki wpływ na zdolność do prowadzenia pojazdów. Pozostaje to jednak kwestią indywidualną, która powinna być zweryfikowana przez każdego pacjenta przed pierwszym przyjęciem leku, zgodnie z informacją w ulotce, do której odsyła przekaz reklamowy.

Należy mieć na względzie, że oceny reklamy dokonuje się z perspektywy przeciętnego konsumenta. Przeciętny konsument jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie reklamy lub na produkt, którego reklama dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Mając powyższe na uwadze, reklama – w ocenie KER - nie wprowadza przeciętnego konsumenta w błąd. Szeroka argumentacja i wyczerpujący materiał dowodowy przedstawiony przez Skarżoną wskazuje na dołożenie należytej staranności i dbałość o kompleksowe przekazanie relewantnych informacji odbiorcom reklamy, co zasługuje na docenienie.



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.