



**Uchwała Nr ZO/143/23u
z dnia 14 grudnia 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/110/22**

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

- **Kamil Bolek - członek**
- **Jacek Pawlak - członek**
- **Dawid Kryszczyński - przewodniczący**

na posiedzeniu w dniu 14 grudnia 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/110/23 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

postanawia

skargę odrzucić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Aflofarm Farmacja Polska sp. z o. o. z siedzibą w Pabianicach (dalej także: „Skarżona”) stosowała reklamę telewizyjną produktu Hepaslimin, o charakterze dyskryminującym.

Zgodnie ze skargą:

Seksistowska reklama prezentująca kobietę jako obiekt drwin.

Reklama prezentuje kobietę jako obiekt drwin mężczyzny na temat wagi. Obrazuje zdrową kobietę jako obiekt, chory na nadwagę który wymaga spełnienia wymagań dotyczących wyglądu dla mężczyzny. Seksistowski kontent oburzający kobiety.

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym w art. 2 ust. 1, 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 10 listopada 2023 r. i wyraziła chęć uczestnictwa w postępowaniu KER.

Skarżona wskazała, że do odpisu skargi została załączona reklama, której treść nie odpowiada stawianym zarzutom. Tym samym wskazała, że trudno odnieść się do zarzutów Skarżącego, które dodatkowo wyrażają jedynie subiektywne odczucia po zapoznaniu się z przekazem.

Zespół Orzekający wskazuje, co następuje.

Skarżony przekaz zostaje odrzucony ze względów formalnych na podstawie art. 49 lit. a Regulaminu Rozpatrywania Skarg z uwagi na brak dostępu do przekazu reklamowego, będącego podstawą przedmiotowej skargi.

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.