



**Uchwała Nr ZO/150/23o
z dnia 13 grudnia 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/179/23**

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

- **Agnieszka Kępińska - Sadowska - przewodnicząca**
- **Maciej Lissowski - członek**
- **Rafał Wiewiórski - członek**

na posiedzeniu w dniu 13 grudnia 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/179/23 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko Robertowi Zaporze prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „RAPU” Robert Zapora z siedzibą w Rzeszowie, dokonał oceny skarżonego przekazu reklamowego.

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 także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że Robert Zapora prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „RAPU” Robert Zapora z siedzibą w Rzeszowie (dalej także: „Skarżony”) stosował seksualizującą reklamę zewnętrzną odzieży z użyciem wizerunku nieletnich.

Zgodnie ze skargą:

Sieć selectshop.pl prowadzi kampanię reklamową w której ukazuje się nastoletnią dziewczynkę w koszulce z napisem SLUT, czyli z angielskiego po prostu "dziwka".

Reklama w przedmiotowy sposób przedstawia nieletnie dziewczynki. Jest to reklama deprawująca i seksualizująca dzieci.



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.

Skarżony nie przedstawił stanowiska w sprawie.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

Zespół Orzekający uznał, iż skarżona reklama nie narusza ogólnie przyjętych norm etycznych.

Przy założeniu, że reklama jest skierowana do osób pełnoletnich oraz że występują w niej osoby pełnoletnie, rzeczony przekaz nie można zakwalifikować jako niezgodnego z ogólnie przyjętymi normami etycznymi. W przestrzeni publicznej pojawia się coraz więcej reklam, które mają prowokować, wyróżniać dany podmiot na rynku i wywoływać szeroko rozumiane emocje w odbiorcy. O ile nie przekracza to ogólnie przyjętych norm etycznych, nie budzi wątpliwości KER.

Jakkolwiek Zespół Orzekający nie dopatrył się, aby modelka w reklamie nie była osobą dorosłą, tak zabieg stylizowania osoby reklamującej produkty na osobę nieletnią - w połączeniu z wulgarnym napisem - wzbudza uzasadnione wątpliwości. Szczególnie gdy kolekcja ubrań miałyby być kierowana do osób niepełnoletnich, czego na podstawie przedstawionego materiału dowodowego Skład Orzekający się jednak nie dopatrył.

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 powyżej.

Zdania odrębne

Brak.



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