



**Uchwała Nr ZO 02/07  
z dnia 27 lutego 2007 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie sygn. akt K/01/07**

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

- 1) Paweł Kowalewski – przewodniczący;
- 2) Zofia Sanejko – członek;
- 3) Magdalena Kuncewicz – członek

na posiedzeniu w dniu 27 lutego 2007 roku, po rozpatrzeniu skargi z dnia 3 stycznia 2007 roku, złożonej na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez Panią Izabele M. (bliźsze dane w aktach sprawy; dalej: Skarżący), przeciwko Gellwe sp z o.o. z siedzibą w Zabierzowie.

postanawia

skargę oddalić.

2. Zespół Orzekający ustalił co następuje:

Skargę przedstawiał i popierał Arbiter-referent.

Skarżony nie stawił się na posiedzeniu, nie nadesłał również odpowiedzi na skargę.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze, zarzucił Skarżonemu, że przedmiotowa reklama zagraża psychicznemu i moralnemu rozwojowi małoletnich. Jej motywem przewodnim są odgłosy pary uprawiającej seks. Według skarżącego reklama osnuta na takim wątku tematycznym, emitowana w godzinach, w których mogą ją oglądać dzieci stwarza zagrożenie zniekształcenia ich norm moralnych oraz zagraża ich zdrowiu psychicznemu.

Reklama emitowana w czasie antenowym, w którym dzieci oglądają telewizję, przywołująca wyobrażenie aktu seksualnego, którego małoletni jeszcze nie rozumieją może wywołać w nich emocje, które na tym etapie rozwoju nie powinny się jeszcze pojawić. Dodatkowo skarżący powołuje się na stanowisko KRRiT, w którym zaleciła planowanie emisji spotu na godziny nocne.

W związku z tym Arbiter-referent wezwał do uznania reklamy za sprzeczną z art. 1 Kodeksu Etyki Reklamy, który odnosi się do przepisów powszechnie obowiązującego prawa. W związku z tym powołał się na art. 16 b ust. 3 pkt 4. oraz art. 18 ust 5.

W toku posiedzenia członkowie Zespołu Orzekającego zapoznali się z treścią reklamy.

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Reklama nie posługuje się obrazem, który pozwalałby dzieciom na bezpośrednie skojarzenia z ewentualnym seksualnym motywem przekazu. W związku z czym nie można mówić o zagrożeniu zdrowia psychicznego i norm moralnych małoletnich. Można jedynie stwierdzić, że reklama oparta jest na pomysle niezbyt wyszukany i rażącym z punktu widzenia estetyki.

Dlatego jakkolwiek jej konstrukcja nie narusza zasad etyki, Zespół Orzekający (uwzględniając możliwość wystąpienia dyskomfortu konsumentów przy odbiorze tego typu przekazów w czasie antenowym, w którym mogą się z nimi zapoznawać także dzieci) - poddaje pod rozwagę reklamodawców planowanie emisji na godziny późniejsze.

Uwzględniając powyższe, na podstawie pkt.37 ppkt 1 lit. b. Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Zespół Orzekający postanowił jak w pkt 1 uchwały.