



tel.: +48 22 621 31 94
fax: +48 22 629 18 89
biuro@radareklamy.org
www.radareklamy.org

REGON: 140489484 NIP: 521-3383-625
KONTO: RAIFFEISEN BANK POLSKA SA: PL581750009000000007235348
BIC/ SWIFT: RCBWPLPW

**Uchwała Nr ZO 43/08
z dnia 31 lipca 2008 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/101/08**

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

- 1) Paweł Kowalewski – przewodniczący,
- 2) Krystyna Jarosz – członek,
- 3) Zofia Sanejko – członek,

na posiedzeniu w dniu 31 lipca 2008 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze Akt K/101/08, złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko TIME S.A., z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy typu billboard

postanawia
skargę oddalić

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o Sygn. K/101/08.

Przedmiotem skargi była reklama typu billboard. Reklama przedstawia dwóch popularnych prezenterów radiowych leżących obok siebie w łóżku. W reklamie użyte zostało hasło: „*W dobrej formie od rana Wojewódzki i Figurski w ESCE ROCK*”.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „*na reklamie radia Eska Rock widnieje dwóch mężczyzn leżących w łóżku. Ułożenie pościeli wskazuje jednoznacznie na erekcję obu panów. Podpis pod spodem brzmi: "w dobrej formie od rana". Uważam za niedopuszczalne reklamowanie jakichkolwiek usług w tak obsceniczny sposób. Bulwersuje mnie wulgarna wymowa i seksualny (nawet nie ukrywany) podtekst reklamy. Czuję się urażony takim traktowaniem konsumenta.*”

W czasie posiedzenia skargę przedstawiał arbiter-referent.

Wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z dobrymi obyczajami (art. 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy) oraz zarzucił, że reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej.

Skarżony nie złożył odpowiedzi na skargę, ale uczestniczył w posiedzeniu i udzielił odpowiedzi ustnej.

Skarżony poinformował, że aby zwrócić uwagę na stacje radiową, postawił na przekaz humorystyczny. W reklamie przedstawiono dwóch mężczyzn – duet prezenterów prowadzących poranny program. Ponieważ poranek w radiu musi zaskoczyć słuchaczy, aby chcieli słuchać radia przez cały dzień, Radio ESKA postawiło na wypromowanych już prezenterów, którzy mają za zadanie zaskoczyć słuchaczy.

Skarżony wyjaśnił, że jego zamierzeniem było to, aby reklama wyróżniała się wśród innych reklam.

Skarżony poinformował, że przy tworzeniu kreacji, jego intencją nie było obrażanie kogokolwiek i naruszanie uczuć konsumentów; reklama nie miała bulwersować. Reklama miała w zabawny, karykaturalny sposób przedstawić, jak może być postrzegane „dobre samopoczucie od rana”.

W opinii Skarżonego reklama ma charakter humorystyczny i nie zawiera elementów gorszących.

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający nie podzielił zarzutów Skarżącego, uznając, że przedmiotowa reklama jest utrzymana w humorystycznym stylu i nie narusza Kodeksu Etyki Reklamy ani obowiązujących przepisów prawa.

Jednocześnie, Zespół Orzekający zaapelował do reklamodawców o zachowanie szczególnej wrażliwości w przypadku korzystania z reklamy zewnętrznej.

Zespół Orzekający zwrócił uwagę, że w reklamie zewnętrznej na reklamodawcach kierujących swoje reklamy do masowego odbiorcy – poprzez umieszczenie ich na nośnikach reklamy zewnętrznej – spoczywa szczególna odpowiedzialność za staranny, prowadzony w poczuciu odpowiedzialności społecznej i nie godzący w powszechne odczucie dobrych obyczajów, wybór treści i formy reklamy.

W związku z powyższym, na podstawie pkt 37 lit b Regulaminu Rozpatrywania Skarg Zespół Orzekający orzekł jak w pkt 1 uchwały.