



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: PL5817500009000000007235348  
BIC/ SWIFT: RCBWPLPW

**Uchwała Nr ZO 44/08  
z dnia 31 lipca 2008 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie sygn. Akt:  
K/102/08**

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/102/08, złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Mobile Entertainment Company A. S. (Spółka Akcyjna), z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy telewizyjnej

**postanawia**

**skargę oddalić**

**2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:**

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o Sygn. K/102/08.

Przedmiotem skargi była reklama telewizyjna telefonii komórkowej Mobilking.

Reklama przedstawia biegnącą kobietę z piłką. Kobieta zatrzymuje się i robi kilka zamachów w różne strony, przymierzając się do rzutu piłką. W tle słychać komentarz lektora „*dorzuci? nie dorzuci? Mobilking dorzuci do startera prezenty*”.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „*Mobilking oczywiście po raz kolejny "gra fair" i stworzył reklamę która bulwersuje już nie tylko kobiety, nawet mój mąż się oburzył. Chodzi o reklamę, w której biegnie pani z biustem na wierzchu. Wygląda to tak jakby nawet sutki były widoczne - nie wiem czy tak w rzeczywistości jest czy nie, ale takie to robi*

*wrażenie. Reklama jest nadawana także w dzień, oglądają ją dzieci a wykorzystuje stereotypy. Pokazany jest przede wszystkim biust tej pani- tam skupia się kamera. Wiem, że Mobilking celowo tworzy takie "arcydzieła", znów zrobi się o nim głośno, będzie się pokazywać w dziennikach tę reklamę jako dyskusyjną, ale nie mogę pozwolić, by moje dziecko było narażone na takie obrazki w środku dnia."*

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.

Zarzucił również, że reklama jest spreczna z art. 4 Kodeksu Etyki Reklamy zgodnie z którym „reklamy nie mogą zawierać treści dyskryminujących, w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć lub narodowość.

Arbiter-referent wniósł również o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 16b ust. 3 pkt. 1), 2) i 4) ustawy o radiofonii i telewizji (Dz. U.04.253.2531 z późn. zm.) w myśl którego „reklama nie może:

- 1) naruszać godności ludzkiej;
- 2) zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć lub narodowość;
- 3) (..)
- 4) zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich;”

Skarżony nie złożył odpowiedzi na skargę i nie uczestniczył w posiedzeniu.

### **3. Zespół Orzekający zważył co następuje:**

Zespół Orzekający nie podzielił zarzutów Skarżącego, uznając, że przedmiotowa reklama nie narusza Kodeksu Etyki Reklamy ani obowiązujących przepisów prawa.

Zespół Orzekający uznał, że reklama nie dyskryminuje kobiet, ani nie zagraża rozwojowi małoletnich.

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