

**ZWIĄZEK STOWARZYSZEŃ
RADA REKLAMY**
ul. Koszykowa 10 lok. 11
00-564 Warszawa



RADA REKLAMY

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 32/09
z dnia 14 maja 2009 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/25/09**

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

- 1) Anna Grzełońska – przewodnicząca,
- 2) Marek Janicki – członek,
- 3) Sławomir Jędrzejewski – członek,

na posiedzeniu w dniu 14 maja 2009 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/25/09 złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Mpater.pl Usługi Internetowe z siedzibą w Gliwicach (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy internetowej na ogólnodostępnej witrynie internetowej

postanawia

uznać, że reklama narusza normy Kodeksu.

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o Sygn. K/25/09.

Przedmiotem skargi była reklama internetowa serwisu dla dorosłych fotka.sex.pl zamieszczona na ogólnodostępnej witrynie internetowej www.sterweb.pl.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „reklama publikowana na stronie ogólnodostępnej <http://www.sterweb.pl/>, serwisu www.fotka.sex.pl - bez wyłączenia odbiorcy małoletniego, prezentuje wykonywanie zdjęć pornograficznych, które w odróżnieniu od

pozostałych fotografii nie są nudne. Dodatkowo sposób przedstawienia aparatu oraz rozbierającej się dziewczyny sugeruje przemoc podczas sesji fotograficznej oraz przedmiotowe traktowanie ciała kobiety. Uważam, że nieodpowiednie ukazanie nagości i towarzyszących jej czynności może wpływać demoralizująco na młodzież jak również utrwaląc, że seks jest tylko czynnością przeciwdziałającą nudzie, bez potrzeby istnienia intymnego i uczuciowego związku partnerów.”.

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.

Wniósł o uznanie reklamy za niezgodną z art. 8 Kodeksu Etyki Reklamy w myśl którego „reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy.”

Arbiter-referent wniósł również o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 24 Kodeksu Etyki Reklamy, zgodnie z którym „stosownie do treści art. 8 i art. 10 reklama skierowana do dzieci lub młodzieży nie może wprowadzać w błąd poprzez wykorzystywanie ich naturalnej ufności i braku doświadczenia.”.

Wniósł także o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 25 Kodeksu Etyki Reklamy, w myśl którego „reklamy skierowane do dzieci lub młodzieży muszą uwzględniać stopień ich rozwoju oraz nie mogą zagrażać ich fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu dalszemu rozwojowi.”.

Arbiter referent poinformował, że zgodnie z art. 32 Kodeksu Etyki Reklamy „Przepisy zawarte w art. 22-31 stosuje się odpowiednio również do reklam, które nie są bezpośrednio skierowane do dzieci, jednak dzieci są ich odbiorcami ze względu na formę oraz miejsce i sposób prezentowania reklam. Dotyczy to w szczególności reklam emitowanych w telewizji w sąsiedztwie audycji dla dzieci, reklam wyświetlanych w kinach przed seansami filmów dla dzieci oraz reklamy zewnętrznej.”.

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

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zdaniem Zespołu Orzekającego reklama internetowa serwisu dla dorosłych, mająca charakter erotyczny, narusza normy Kodeksu Etyki Reklamy, gdyż została zamieszczona na ogólnodostępnej witrynie internetowej.

W ocenie Zespołu Orzekającego umieszczanie takiej dosyć wymownej reklamy na stronie z katalogiem stron www, nie jest zgodne z dobrymi obyczajami.

Zespół Orzekający stwierdził, że obecność przedmiotowej reklamy powinna być ograniczona do stron tematycznych i nie powinna być ona zamieszczana na stronach ogólnodostępnych również dla dzieci.

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

Zgodnie z pkt.50 Regulaminu Rozpatrywania Skarg z dnia 4 czerwca 2008r., stronom przysługuje prawo do odwołania się od uchwały Zespołu Orzekającego w terminie 10 dni od daty doręczenia uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznane zainteresowanej stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały.