

**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: PL5817500009000000007235348  
BIC/ SWIFT: RCBWPLPW

**Uchwała Nr ZO 63/09  
z dnia 6 lipca 2009 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie sygn. Akt:  
K/40/09**

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

- 1) Paweł Kowalewski - przewodniczący,
- 2) Krystyna Jarosz - członek,
- 3) Christian Lainer - członek,

na posiedzeniu w dniu 6 lipca 2009 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/40/09 złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko organizatorowi festiwalu OFF PLUS CAMERA Stowarzyszeniu OFF CAMERA z siedzibą w Krakowie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy radiowej.

**postanawia**

**skargę oddalić.**

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

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o Sygn. K/40/09.

Przedmiotem skargi była reklama radiowa festiwalu OFF PLUS CAMERA organizowanego w Krakowie.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „ (...) organizator festiwalu dopuścił się obrazy uczuć religijnych używając niewłaściwych słów „zbawienny konkurs”, „bierzcie i kręćcie”, kojarzących się jednoznacznie z Ostatnią Wieczerzą i ustanowieniem Najświętszego Sakramentu”.

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 także o uznanie reklamy za sprzeczną z art. 4 Kodeksu Etyki Reklamy, ponieważ „reklamy nie mogą zawierać treści dyskryminujących, w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć lub narodowość.”

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

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

Zespół Orzekający nie dopatrył się w reklamie naruszenia norm Kodeksu Etyki Reklamy. Stwierdził, że reklama mieści się w konwencji żartu.

Jednocześnie, Zespół Orzekający uczulił reklamodawców, aby zwracali większą uwagę na przekazy reklamowe które nawiązują do treści religijnych.

W związku z powyższym, na podstawie pkt 37 lit b 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.*