

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 70/09
z dnia 10 grudnia 2009 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie sygn. Akt:
K/105/09**

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

- 1) Krystyna Jarosz – przewodnicząca,
- 2) Christian Lainer – członek,
- 3) Piotr Górski – członek,

na posiedzeniu w dniu 10 grudnia 2009 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt K/105/09 złożonej, na podstawie pkt. 7 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy), (dalej: Skarżący), przeciwko Wydawcy URMA Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: Skarżony), dotyczącej reklamy zewnętrznej

postanawia

skargę oddalić.

2. Zespół Orzekający ustalił, co następuje:

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt K/105/09.
Przedmiotem skargi była reklama zewnętrzna tygodnika NIE.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze podnosił, że „spot reklamowy tygodnika *"NIE" Jerzego Urbana (na dworcu głównym pks Gdańsk)* narusza prawo poprzez publiczne propagowanie ustroju totalitarnego - komunizmu. Trwający kilkanaście sekund filmik

przedstawia twarz Stalina, która zmienia się w twarz Jerzego Urbana. Na koniec jest napis: Urbana nie czytaj.”.

W czasie posiedzenia skargę przedstawiał arbiter-referent.

Arbiter-referent wniósł o uznanie reklamy za sprzeczną z dobrymi obyczajami zgodnie z artykułem 2 ust. 1 Kodeksu Etyki Reklamy. Zarzucił, że reklama nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej.

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

Wniósł również o uznanie reklamy za niezgodną z art. 24 Kodeksu Etyki Reklamy, według którego „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.”.

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.”.

Arbiter-referent podniósł również, iż zgodnie z art. 16. ust. 1. pkt. 1) ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U.03.153.1503 j.t.) „czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest w szczególności:

1) reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka,”.

Arbiter-referent poinformował również, że zgodnie z art. 5. Kodeksu Cywilnego (Dz.U.64.16.93) „nie można czynić ze swego prawa użytku, który by był sprzeczny ze społeczno-gospodarczym przeznaczeniem tego prawa lub z zasadami współzycia społecznego. Takie działanie lub zaniechanie uprawnionego nie jest uważane za wykonywanie prawa i nie korzysta z ochrony.”.

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

3. Zespół Orzekający zważył co następuje:

Zespół Orzekający, nie dopatrył się w reklamie naruszenia dobrych obyczajów.

Zdaniem Zespołu Orzekającego przedmiotowa reklama nie propaguje systemu totalitarnego.

Zespół Orzekający uznał, że przedmiotowa reklama nie narusza Kodeksu Etyki Reklamy.

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, nieznanne zainteresowanej stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały.