

KOMISJA ETYKI REKLAMY

2009

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI



RADA REKLAMY

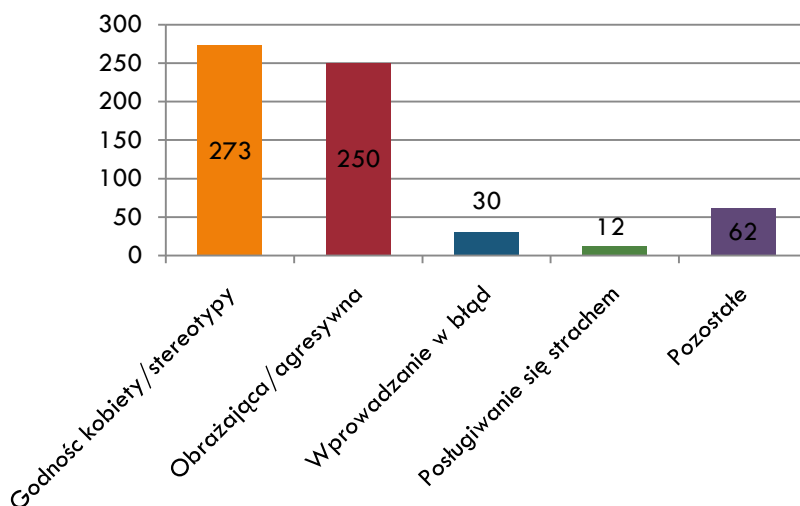
Komisja Etyki Reklamy

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI W ROKU 2009

W roku 2009 Komisja Etyki Reklamy rozpatrzyła 627 skarg, o 26 procent więcej niż w roku 2008.

STEREOTYPY I GODNOŚĆ KOBIET

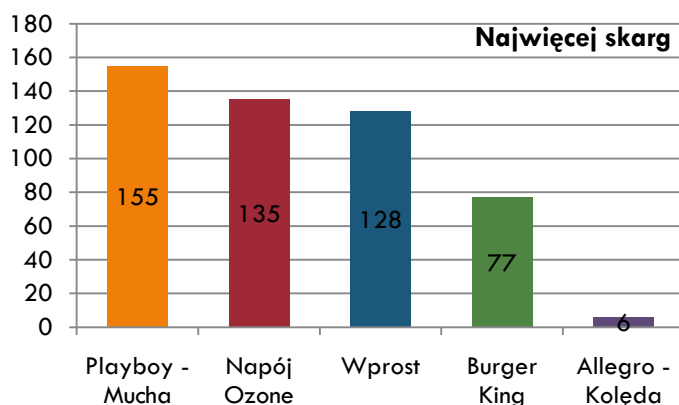
W roku 2009 Polacy najczęściej skarżyli się na reklamy, które przedstawiały kobiety sposób mogący naruszać ich godność lub powielający negatywne stereotypy – w sumie 273 skargi, 250 skarg dotyczyło reklam, zdaniem skarżących, obraźliwych, dyskryminujących oraz agresywnych. W 30 przypadkach konsumenci zarzucili reklamodawcom wprowadzanie w błąd, w przypadku 12 reklam zarzuty dotyczyły posługiwania się uczuciem strachu w celu skłonienia do zakupu



W roku 2009 Polacy najczęściej skarżyli się na reklamy, które przedstawiały kobiety sposób mogący naruszać ich godność lub powielający negatywne stereotypy – w sumie 273 skargi, 250 skarg dotyczyło reklam, zdaniem skarżących, obraźliwych, dyskryminujących oraz agresywnych. W 30 przypadkach konsumenci zarzucili reklamodawcom wprowadzanie w błąd, w przypadku 12 reklam zarzuty dotyczyły posługiwania się uczuciem strachu w celu skłonienia do zakupu.

NAJBARDZIEJ OPROTESTOWANE REKLAMY

Najwięcej skarg – 155 - wpłynęło w ubiegłym roku na kampanię promującą jedno z wydań magazynu Playboy z fotografią Anny Muchy na okładce. Skarżący zarzucali tej reklamie sprzeczność z dobrymi

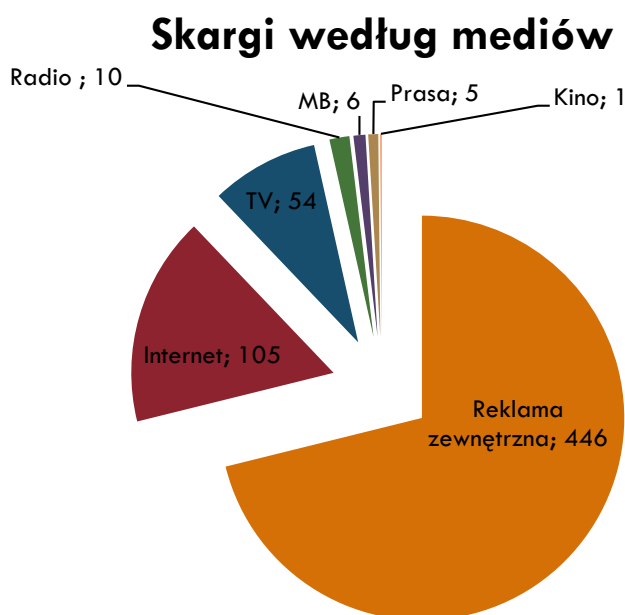


obyczajami i promocją erotyki w przestrzeni publicznej, co ich zdaniem może demoralizować dzieci i młodzież. Komisja Etyki Reklamy nie zgodziła się z zarzutami i uznała, że reklama Kodeksu nie narusza.

Z kolei kampania napoju energetycznego Ozone, zdaniem 135 osób, uprzedmiotawia kobietę, prezentując ją jako obiekt seksualny. Również w tym przypadku Komisja nie podzieliła stanowiska skarżących.

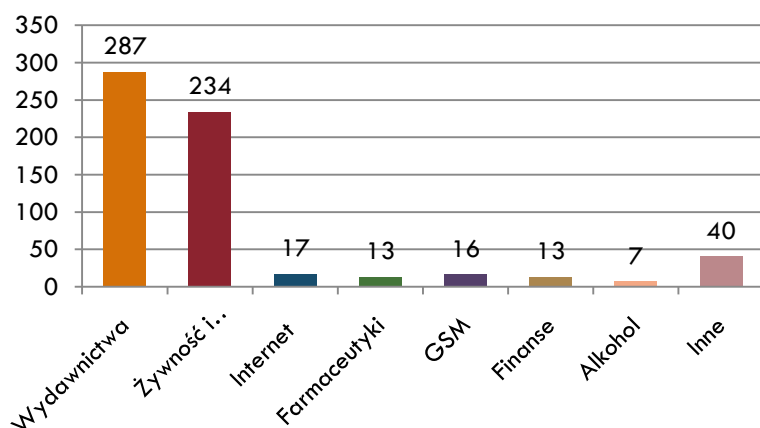
PODZIAŁ NA MEDIA

Najwięcej skarg otrzymanych przez Radę Reklamy w 2009 roku dotyczyło reklamy zewnętrznej – 446, skarg na reklamy internetowe wpłynęło 105, na trzecim miejscu znalazła się telewizja – 54 skargi. Kampanie radiowe budziły zastrzeżenia jedynie 10 osób, 6 osób poskarżyło się na marketing bezpośredni, 5 osób na reklamy prasowe, a 1 osoba na reklamę kinową. Widać wyraźnie, że reklama zewnętrzna wzbudza najwięcej emocji, głównie ze względu na sposób prezentacji w przestrzeni publicznej. Wielu skarżących deklaruje, że treści, których nie są w stanie zaakceptować na billboardach, nie przeszkadzałyby im na przykład w pismach przeznaczonych dla osób dorosłych.



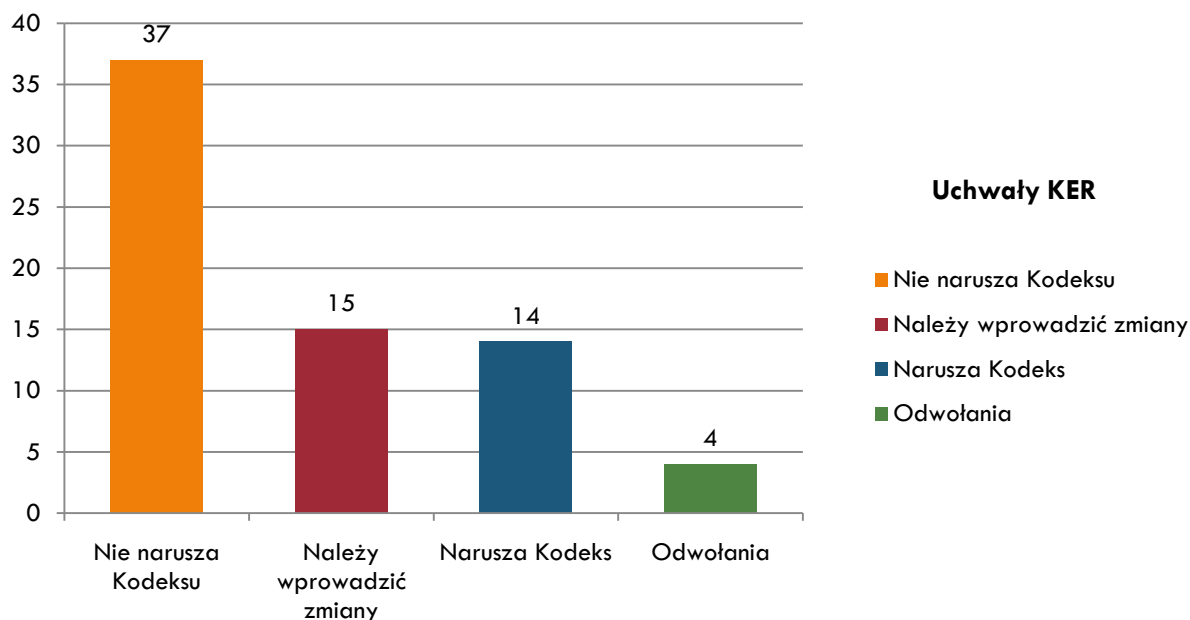
KATEGORIE REKLAMOWANYCH PRODUKTÓW

W roku 2009 aż 287 skarg dotyczyło reklam prasy, głównie za sprawą mocno oprotestowanych kampanii tygodnika Wprost oraz miesięcznika Playboy. Na drugim miejscu znalazła się kategoria żywność i napoje, do czego w głównym stopniu przyczyniły się kampanie napoju energetycznego Ozone oraz sieci restauracji Burger King. Na trzecim miejscu – 17 skarg znalazły się serwisy internetowe. Skargi na produkty i usługi telefonii komórkowej złożyło 16 osób, 13 miało zastrzeżenia do reklam produktów farmaceutycznych i finansowych. Na reklamy produktów alkoholowych poskarżyło się 7 osób.



DECYZJE KER

W roku 2009 Komisja Etyki Reklamy (KER) podjęła w sumie 70 uchwał, odnosząc się jednorazowo nawet do 155 skarg złożonych na tę samą reklamę. W 37 przypadkach Komisja uznała, że reklama nie narusza standardów określonych przez Kodeks Etyki Reklamy. W 15 uchwałach Komisja zaleciła wprowadzenie w reklamach zmian, w 14 przypadkach uznała, że reklama narusza Kodeks i nie powinna być dalej rozpowszechniana w dotychczasowej formie lub za pośrednictwem określonych mediów.



Wszystkie uchwały Komisji Etyki Reklamy dostępne są na stronie internetowej: www.radareklamy.pl

W skład Komisji Etyki Reklamy wchodzi 30 arbitrów powoływanych przez:

Reklamodawców:

Andrzej Białasiewicz, Marcin Bochenek, Piotr Górski (wiceprzewodniczący KER), Anna Grzełońska, Radosław Kasyk, Paweł Kowalewski, Melania Popiel, Agnieszka Tomasik-Walczak, Wojciech Tomczak, Remigiusz Rawa

Media:

Olgierd Cygan, Agnieszka Doleżych, Mikołaj Janicki, Krystyna Jarosz, Sławomir Jędrzejewski, Igor Kaleński, Dominik Kaznowski, Krzysztof Myślowski (przewodniczący KER), Wojciech Piwocki

Agencje reklamowe:

Cezary Antoń, Jacek Balicki, Magdalena Czaja (wiceprzewodnicząca KER), Marek Janicki, Agnieszka Kosik, Christian Lainer, Katarzyna Łakińska, Jacek Olechowski, Zofia Sanejko, Sławomir Stępniewski

Funkcję arbitra-referenta pełni Joanna Kluczevska-Strojny.