



REGULAMIN ROZPATRYWANIA SKARG

I. Postanowienia ogólne

1. Komisja Etyki Reklamy (dalej „KER”) jest organem Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy (dalej „Rada Reklamy”).
2. Rada Reklamy działa na zasadzie samoregulacji w obszarze rynku reklamowego. W ramach swoich celów statutowych działa na rzecz osiągania najwyższych standardów etycznych na rynku komunikacji marketingowej, wyznaczonych w Kodeksie Etyki Reklamy. Przestrzeganie Kodeksu Etyki Reklamy przez reklamodawców nadzoruje KER.
3. Postępowanie przed KER może toczyć się niezależnie od postępowań przed sądami powszechnymi, sądami polubownymi, sądami arbitrażowymi i organami administracji publicznej lub innymi podmiotami.
4. KER składa się z arbitrów powołanych na zasadach określonych w statucie Rady Reklamy.
5. Arbitrzy KER zostają powołani spośród kandydatów reprezentujących odrębną grupę uczestników rynku reklamowego w rozumieniu §5 ust. 1 statutu Rady Reklamy.
6. Arbitrzy KER powołują ze swojego grona Prezydium na zasadach wynikających z §18 ust. 4 statutu Rady Reklamy.
7. **Obowiązki Prezydium.** Prezydium obraduje na posiedzeniach zwoływanych w miarę potrzeb, nie rzadziej niż jeden raz w miesiącu. Do obowiązków Prezydium należy m.in.:
 - a) przegląd uchwał podjętych przez KER oraz ich uchylanie w przypadku stwierdzenia przesłanek uchylenia, o których mowa w pkt 65 regulaminu,
 - b) rozpatrywanie odwołań od decyzji wzywających do uzupełnienia braków formalnych, decyzji o pozostawieniu skargi bez rozpoznania, decyzji odrzucających skargę z powodu braku związku z przedmiotem unormowań Kodeksu,
 - c) rozpatrywanie wniosków o wyłączenie członka Zespołu Orzekającego,
 - d) podejmowanie decyzji o łącznym rozpatrywaniu skarg, jeśli skargi dotyczą tego samego zarzutu lub zarzutów pozostających ze sobą w związku, lub udzielanie w tym zakresie pełnomocnictwa dla Biura Rady Reklamy,
 - e) podejmowanie decyzji o przedłużeniu terminu określonego w pkt 26, w przypadku gdy nie uda się rozpoznać odwołania w terminie,
 - f) podejmowanie decyzji o przedłużeniu terminu określonego w pkt 24, w przypadku gdy z uwagi na ilość wpływających skarg Arbitr-referent nie może podjąć decyzji w terminie.
8. **Przewodniczący KER.** Prezydium wybiera spośród swego grona Przewodniczącego KER zgodnie z §18 ust. 5 statutu Rady Reklamy. W wypadku gdy Przewodniczący KER nie może wykonywać zadań przewidzianych w regulaminie (z przyczyn obiektywnych), udzieli on pełnomocnictwa jednemu z członków Prezydium, z



tym zastrzeżeniem, że osoba taka reprezentować będzie inną grupę uczestników rynku reklamowego niż Przewodniczący KER. Pełnomocnictwo udzielone przez Przewodniczącego KER wygasa z chwilą, gdy Przewodniczący KER będzie mógł podjąć działania przewidziane dla niego w regulaminie, z tym zastrzeżeniem, że czynności dokonane przez pełnomocnika pozostają w mocy. W przypadku niemożności (spowodowanej przyczynami obiektywnymi) udzielenia pełnomocnictwa, o którym mowa wyżej, wskazania osoby zastępującej Przewodniczącego KER dokonuje w drodze uchwały Prezydium.

9. **Obowiązki Przewodniczącego KER.** Przewodniczący KER kieruje pracami Prezydium oraz podejmuje inne działania przewidziane niniejszym regulaminem.
10. Prezydium podejmuje decyzje w drodze głosowania na posiedzeniach lub przeprowadzonego za pośrednictwem poczty elektronicznej.

II. Składanie skarg

11. **Biuro Rady Reklamy.** Skargi są składane do Biura Rady Reklamy. Biuro Rady Reklamy:
 - a) przyjmuje skargi;
 - b) zapewnia obsługę kancelaryjną KER;
 - c) ustala skład zespołu uprawnionego do rozpoznania skarg, o których mowa w niniejszym regulaminie (dalej „Zespół Orzekający”);
 - d) wyznacza termin posiedzenia Zespołu Orzekającego;
 - e) zaprasza na posiedzenie Zespołu Orzekającego eksperta, o którym mowa w pkt 32;
 - f) podejmuje inne działania przewidziane niniejszym regulaminem.
12. **Podmioty uprawnione.** Skargi mogą być wnoszone przez osoby fizyczne, osoby prawne i jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej. Wnoszący skargi mogą je składać wspólnie albo osobno.
13. **Dane osobowe.** Rada Reklamy, w tym KER, działa zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych, w szczególności z przepisami Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (dalej „RODO”) oraz ustawy z dnia 10 maja 2018 roku o ochronie danych osobowych. Dane osób fizycznych składających skargi przetwarzane są zgodnie z RODO z zachowaniem najwyższych standardów bezpieczeństwa (w tym pozostają do wyłącznej wiadomości Rady Reklamy i nie są udostępniane podmiotom trzecim, w szczególności podmiotom których działanie lub zaniechanie jest skarżone). Szczegółowe informacje na temat przetwarzania danych osobowych osób skarżących znajdują się w polityce prywatności, umieszczonej na stronie Rady Reklamy pod adresem <https://radareklamy.pl/polityka-prywatnosci/>.
14. Skargi mogą być wnoszone przez Zarząd Rady Reklamy z zachowaniem zasad przewidzianych dla podmiotów określonych w pkt 17. Podstawą do wniesienia skargi jest uprzednia uchwała Zarządu Rady Reklamy.
15. **Skargi konsumenckie.** Skargi konsumenckie wnosi się za pośrednictwem formularza, dostępnego na stronie internetowej Rady Reklamy pod adresem <https://radareklamy.pl/formularz-skargi/> w zakładce



FORMULARZ SKARG DLA KONSUMENTÓW ONLINE. Przed złożeniem skargi należy zapoznać się z instrukcjami składania skargi, dostępnymi pod adresem wskazanym w niniejszym punkcie.

16. W przypadku, gdy nie jest możliwe złożenie skargi w sposób wskazany w pkt 15, konsument może również złożyć skargę poprzez wypełnienie formularza, dostępnego do pobrania pod adresem <https://radareklamy.pl/formularz-skarg/> pod przyciskiem „Pobierz formularz skarg dla konsumentów (docx)” oraz stanowiącego **Załącznik nr 1** do niniejszego regulaminu, i załączenie go w formie skanu do wiadomości e-mail wysłanej pocztą elektroniczną na adres e-mail Rady Reklamy lub wysłanie pocztą tradycyjną na adres Rady Reklamy.
17. **Skargi przedsiębiorców.** Skargi przedsiębiorców, pozostające w związku z prowadzoną przez nich działalnością gospodarczą, wnosi się poprzez wypełnienie formularza, dostępnego do pobrania pod adresem <https://radareklamy.pl/formularz-skargi/> pod przyciskiem „Pobierz formularz skarg dla przedsiębiorców (docx)” oraz stanowiącego **Załącznik nr 2** do niniejszego regulaminu i załączenie go w formie skanu do wiadomości e-mail wysłanej pocztą elektroniczną na adres e-mail Rady Reklamy lub wysłanie pocztą tradycyjną na adres Rady Reklamy.
18. Wykorzystanie formularzy przez skarżącego znacznie przyspiesza postępowanie, ale przyjęciu podlegają również skargi złożone bez wykorzystania formularza, o ile spełniają wszystkie wymogi formalne, określone w pkt 21 niniejszego regulaminu.
19. **Prowadzenie korespondencji drogą elektroniczną.** Jeżeli tylko istnieje taka możliwość, ze względu na znaczne przyspieszenie i obniżenie kosztów postępowania, korespondencja związana ze skargą prowadzona jest drogą elektroniczną. W związku z tym, skarżący każdorazowo powinien wskazać adres e-mail do korespondencji oraz wyrazić zgodę na kierowanie korespondencji związanej ze skargą na ten adres.
20. Skarżący jest obowiązany powiadomić Biuro Rady Reklamy o każdej zmianie swojego adresu e-mail oraz adresu do korespondencji tradycyjnej.
21. **Wymogi formalne skargi.** Każda skarga powinna zawierać:
 - a) odpowiednie dane identyfikujące skarżącego: imię, nazwisko lub nazwę (w przypadku skarg składanych przez przedsiębiorców), adres korespondencyjny lub siedziby (w przypadku skarg składanych przez przedsiębiorców), adres e-mail, numer telefonu, numer NIP lub KRS (w przypadku skarg składanych przez przedsiębiorców);
 - b) odpowiednie oznaczenie skarżonej reklamy, w szczególności wskazanie reklamowanego produktu/usługi/marki, producenta, typu, środków przekazu, którymi była emitowana, daty oraz godziny emisji lub jej lokalizacji;
 - c) odpowiednią dokumentację skarżonej reklamy i jej środowiska emisji umożliwiającą ustalenie całości treści przekazu reklamowego, w szczególności zdjęcia, nagrania lub zrzuty ekranu oraz dokładny opis treści;
 - d) uzasadnienie, w szczególności wskazanie, co w reklamie skarżący uważa za niezgodne z Kodeksem Etyki Reklamy lub ogólnie przyjętymi normami;



- e) własnoręczny podpis skarżącego lub osoby uprawnionej do reprezentowania skarżącego (w przypadku skarg składanych pocztą tradycyjną lub załączonych w formie skanu do wiadomości e-mail) lub kwalifikowany podpis elektroniczny (w przypadku skarg składanych pocztą elektroniczną).

- 22. Koszty przyjęcia i rozpatrzenia skargi nie obciążają skarżącego.
- 23. KER nie rozpatruje skarg, jeśli przedstawione w nich zarzuty były już w stosunku do skarżonej reklamy rozpatrywane przez KER i w których została podjęta ostateczna uchwała. W takim przypadku skargę pozostawia się bez rozpoznania, o czym informuje się skarżącego ze wskazaniem podstaw tej decyzji.

III. Przygotowanie postępowania przed KER

- 24. **Wstępna kontrola skargi.** Po wpłynięciu skargi do Biura Rady Reklamy członek KER, wybrany zgodnie z §17 ust. 4 statutu Rady Reklamy (dalej „**Arbiter-referent**”), sprawdza zgodność formalną skargi z wymogami określonymi w pkt 21 niniejszego regulaminu, a następnie podejmuje decyzję o:
 - a) skierowaniu skargi do rozpatrzenia przez Zespół Orzekający;
 - b) pozostawieniu skargi bez rozpoznania w sytuacji, gdy była ona już przedmiotem postępowania KER i w której została podjęta ostateczna uchwała, zgodnie z pkt 23 niniejszego regulaminu;
 - c) odrzuceniu skargi, w przypadku gdy skarga nie podlega rozpatrzeniu przez KER zgodnie ze statutem Rady Reklamy lub Kodeksem Etyki Reklamy, tj. m. in. gdy (i) skarga dotyczy reklamy społecznej (ii) skarga dotyczy kampanii politycznej czy (iii) skarga dotyczy wewnętrznych praktyk w firmie lub organizacji lub w sytuacji gdy skarga jest w sposób oczywisty bezzasadna;
 - d) wezwaniu skarżącego do uzupełnienia braków formalnych skargi wraz z określeniem terminu na uzupełnienie,w terminie dziesięciu dni od wpłynięcia skargi do Biura Rady Reklamy oraz zawiadamia o treści tej decyzji skarżącego.
- 25. **Odwołanie od decyzji Arbitra-referenta.** Na decyzje Arbitra-referenta, o których mowa w pkt 24 lit. b, lit. c oraz lit. d niniejszego regulaminu powyżej, przysługuje odwołanie do Prezydium KER, o czym skarżący zostaje poinformowany w zawiadomieniu o treści tej decyzji. Skarżącemu przysługuje 10 dniowy termin na wniesienie odwołania liczony od daty otrzymania decyzji.
- 26. Odwołanie, o którym mowa pkt 25 niniejszego regulaminu powyżej, Prezydium KER rozpoznaje w ciągu 10 dni od daty doręczenia. Po rozpatrzeniu odwołania Prezydium KER podtrzymuje w mocy decyzję Arbitra-referenta lub uchyla ją i kieruje sprawę do rozpatrzenia przez Zespół Orzekający.
- 27. W przypadku nieuzupełnienia braków formalnych skargi przez skarżącego w terminie wskazanym przez Arbitra-referenta zgodnie z pkt 24 lit. d powyżej, skargę pozostawia się bez rozpoznania, o czym skarżący zostaje poinformowany.
- 28. **Wyłączenie członka Zespołu Orzekającego.** Arbiter-referent oraz członkowie Zespołu Orzekającego nie mogą być powiązani stosunkiem pokrewieństwa albo powinowactwa lub pozostawać w stosunku prawnym wynikającym z umowy o pracę, umowy zlecenia, umowy o dzieło lub innej umowy podobnej w skutkach, z którąkolwiek ze stron. Jeśli związek taki występuje w przypadku Przewodniczącego KER, jego



uprawnienia związane z wyznaczeniem Zespołu Orzekającego i przygotowaniem posiedzenia, obligatoryjnie przejmując jeden z Wiceprzewodniczących. Jeśli związek taki dotyczy Arbitra-referenta, jego funkcje przewidziane regulaminem pełni, członek Zarządu Rady Reklamy lub pracownik Biura Rady Reklamy lub wskazany przez Przewodniczącego KER członek KER.

29. Przy wyznaczaniu członków KER do rozpatrywania danej skargi konieczne jest uwzględnienie innych okoliczności mogących wywołać wątpliwość co do bezstronności poszczególnych członków KER. Wnioski o wyłączenie członka Zespołu Orzekającego mogą być składane także przez zainteresowane strony w ciągu pięciu dni od daty otrzymania z Biura Rady Reklamy zawiadomienia, o którym mowa w pkt 39. W przypadku niemożności wykonywania obowiązków przewidzianych niniejszym regulaminem przez Arbitra-referenta, jego funkcje przejmują wskazany przez Przewodniczącego KER członek KER, z uwzględnieniem pkt 28. Arbitr-referent nie może zasiadać w Zespołach Orzekających i Zespołach Odwoławczych.
30. W przypadku skarg składanych przez Zarząd Rady Reklamy, o których mowa w pkt 14, oraz skarg składanych przez podmioty określone w pkt 15 skargę przed Zespołem Orzekającym przedstawia i popiera Arbitr-referent.
31. Biuro Rady Reklamy może do dnia przesłania skargi skarżonemu gromadzić w sprawach ze skarg, o których mowa w pkt 14, dowody dotyczące zarzutów zawartych w skardze. Biuro Rady Reklamy konsultuje się w kwestiach, o których mowa w niniejszym punkcie, z Arbitrem-referentem.
32. **Eksperci.** Biuro Rady Reklamy pozostaje w kontakcie z ekspertami oraz zraszającymi ich instytucjami, którzy w przypadku, gdy dla rozpatrzenia skargi wymagana będzie specjalistyczna wiedza, powoływani są do Zespołów Orzekających.
33. Biuro Rady Reklamy przygotowuje dokumentację związaną ze skargą na potrzeby obrad KER.
34. **Przyjęcie skargi do rozpoznania.** W przypadku podjęcia przez Arbitra-referenta decyzji o skierowaniu skargi do rozpatrzenia przez Zespół Orzekający, zawiadamia się skarżącego oraz skarżonego. Odpis skargi (z wyłączeniem danych osoby fizycznej składającej skargę) przesyła się skarżonemu z prośbą o ustosunkowanie się do skargi w terminie dziesięciu dni od daty doręczenia zawiadomienia pod rygorem dalszego rozpoznania skargi w trybie pkt 35. Biuro Rady Reklamy przesyła odpowiedź Arbitrowi-Referentowi, a w przypadku skarg, o których mowa w punkcie 17 – skarżącemu. Wszelkie materiały przesłane po tej dacie nie są brane pod uwagę przez Zespół Orzekający.
35. **Postępowanie bez udziału skarżonego.** Brak udzielenia odpowiedzi przez skarżonego w terminie określonym w pkt 34, a także odmowa wzięcia udziału w postępowaniu przez skarżonego, nie wstrzymują rozpatrywania skargi. Jednocześnie skarżony nie jest w takiej sytuacji uprawniony do wzięcia udziału w posiedzeniu ani do wniesienia odwołania, o którym mowa w pkt 59 niniejszego regulaminu, a uchwała w takiej sprawie zostaje podjęta w formie opinii, oceniającej skarżony przekaz reklamy na podstawie ogólnie przyjętych norm etycznych.
36. **Wnioski dowodowe.** Pisma mogą zawierać wnioski dowodowe, których przeprowadzenia żąda strona. Podczas posiedzenia przeprowadzone mogą być wyłącznie wnioski dowodowe zgłoszone w skardze i w odpowiedzi na skargę.
37. **Skład Zespołu Orzekającego.** Biuro Rady Reklamy w porozumieniu z Przewodniczącym KER wyznacza w terminie 14 dni od daty bezskutecznego upływu terminu nadesłania odpowiedzi przez skarżonego albo w



terminie 14 dni od daty nadejścia odpowiedzi na skargę, skład Zespołu Orzekającego. Jeżeli wyznaczony członek Zespołu Orzekającego nie może wziąć udziału w posiedzeniu, zawiadamia on o tym Biuro Rady Reklamy, który w jego miejsce wyznacza innego członka KER. W skład Zespołu Orzekającego wchodzi po jednym członku KER, reprezentującym odrębną grupę rynku reklamowego, wybranym zgodnie z §17 ust. 1 i 3 statutu Rady Reklamy. Powyższe zasady stosuje się odpowiednio w przypadku uwzględnienia wniosku, o którym mowa w pkt 7 lit. c.

38. **Termin posiedzenia.** Biuro Rady Reklamy w porozumieniu z Przewodniczącym KER wyznacza termin posiedzenia w terminie nie przekraczającym 14 dni od daty wyznaczenia Zespołu Orzekającego. Biuro Rady Reklamy zawiadamia strony, według zasad wskazanych w pkt 27, w ciągu dwóch dni od wydania zarządzenia o wyznaczeniu terminu posiedzenia i składu Zespołu Orzekającego.
39. **Zawiadomienie.** O terminie posiedzenia i składzie Zespołu Orzekającego w przypadku skarg złożonych przez podmioty wskazane w pkt 17 zawiadamia się strony. W pozostałych przypadkach o skierowaniu skargi pod obrady Zespołu Orzekającego informuje się strony, wskazując termin i skład Zespołu Orzekającego oraz powiadamia się skarżącego o wyznaczeniu Arbitra-referenta albo innej osoby powołanej zgodnie z pkt 28, 29 lub pkt 30 do przedstawienia i popierania skargi podczas posiedzenia.
40. **Wnioski o udział ekspertów.** Przewodniczący, uwzględniając wnioski członków Zespołu Orzekającego, złożone nie później niż na pięć dni przed dniem posiedzenia, może zaprosić na posiedzenie ekspertów, o których mowa w pkt 32. Biuro Rady Reklamy dostarcza ekspertom niezbędną dokumentację związaną ze skargą. Eksperci składają opinię pisemną, której treść włączana jest do materiałów postępowania, lub ustną, której wnioski zostają wpisane do protokołu posiedzenia. W czasie posiedzenia Zespołu Orzekającego jego członkowie i strony, pełnomocnicy stron lub osoby je reprezentujące stosownie z pkt 28, 29 lub pkt 30 mogą zadawać ekspertom pytania.
41. **Cofnięcie skargi.** Skarżący może wycofać skargę maksymalnie na dziesięć dni przed rozpoczęciem posiedzenia Zespołu Orzekającego.
42. **Retencja.** Biuro Rady Reklamy nie zwraca materiałów złożonych w związku ze skargą. Strony mogą odebrać je w ciągu sześciu miesięcy od złożenia skargi. Po upływie tego terminu Biuro Rady Reklamy może dokonać zniszczenia materiałów lub przechowywać je do końca okresu przedawnienia roszczeń związanych ze skargą (co do zasady 6 lat dla skarg konsumenckich oraz 3 lata dla skarg przedsiębiorców).

IV. Postępowanie przed Zespołem Orzekającym

43. **Strony.** Stronami postępowania przed Zespołem Orzekającym są skarżący oraz skarżony.
44. **Tryb odbywania posiedzeń.** Posiedzenia Zespołu Orzekającego odbywają się w trybie:
 - a) stacjonarnym – przy fizycznej obecności członków Zespołu Orzekającego,
 - b) zdalnym – za pośrednictwem środków technicznego przekazu dźwięku i obrazu (w formie wideokonferencji),
 - c) hybrydowym – przy części członków Zespołu Orzekającego uczestniczącej w trybie stacjonarnym, a części w trybie zdalnym.
45. **Przewodniczący.** Członkowie Zespołu Orzekającego wybierają spośród siebie przewodniczącego, który kieruje pracami Zespołu Orzekającego. Informację o tym, kto spośród członków Zespołu Orzekającego



będzie przewodniczącym należy przekazać do Biura Rady Reklamy w dzień poprzedzający termin posiedzenia. W przeciwnym razie Przewodniczący KER wyznacza przewodniczącego Zespołu Orzekającego.

46. **Arbiter-referent.** W posiedzeniu uczestniczy Arbiter-referent, który oprócz uprawnień przewidzianych w pkt 30 czuwa nad zgodnością przebiegu posiedzenia z regulaminem, a w razie potrzeby referuje szczegóły sprawy członkom Zespołu Orzekającego. W tym samym celu na wniosek członków Zespołu Orzekającego Arbiter-referent może przysłuchiwać się naradzie.
47. **Protokołowanie.** Posiedzenia Zespołu Orzekającego są protokołowane. Protokolantem jest Arbiter-referent, a w razie takiej potrzeby – pracownik Biura Rady Reklamy wyznaczony przez przewodniczącego Zespołu Orzekającego. Protokół podpisują wszyscy członkowie Zespołu Orzekającego i protokolant. W przypadku posiedzenia odbywanego w trybie zdalnym lub hybrydowym, podpisy powinny zostać zebrane w ciągu 3 dni od dnia posiedzenia.
48. **Wystąpienia stron.** Na posiedzeniu Zespołu Orzekającego strony mają prawo do 15 minutowych wystąpień, a następnie 7 minutowych replik w kolejności: skarżący a następnie skarżony. Pod nieobecność jednej albo obu stron oraz w przypadku, gdy mimo stawienia się strona albo strony nie biorą udziału w posiedzeniu, Zespół Orzekający może skargę rozpatrzyć i podjąć uchwałę.
49. **Uchwała.** Zespół Orzekający podejmuje uchwałę, w której, stosownie do ujawnionych okoliczności:
 - a. odrzuca skargę, jeżeli nie podlega ona rozpatrzeniu przez KER na podstawie statutu Rady Reklamy lub Kodeksu,
 - b. oddala skargę z uwagi na brak dowodów lub niestwierdzenie naruszenia norm Kodeksu,
 - c. uwzględnia skargę i uznaje, że reklama narusza normy Kodeksu,
 - d. uwzględnia skargę i uznaje, że w reklamie powinny zostać wprowadzone zmiany w taki sposób, aby usunąć naruszenie norm Kodeksu w najbliższym możliwym terminie,
 - e. uwzględnia skargę i przekazuje skarżonemu stanowisko, zgodnie z którym skarżony powinien zaprzestać rozpowszechniania reklamy.

Decyzje oraz stanowiska zawarte w lit. c, d oraz e powyżej mogą zostać zawarte jednocześnie w jednej uchwale.

50. Zespół Orzekający, zajmując stanowisko, o którym mowa w pkt 49 lit. d albo e, zobowiązany jest jednocześnie wskazać skarżonemu (reklamodawcy) termin na – odpowiednio – zmianę albo wstrzymanie rozpowszechniania reklamy będącej przedmiotem uchwały, uwzględniając przy tym obiektywnie występujące możliwości techniczne i organizacyjne jej wykonania.
51. W przypadku, o którym mowa w punkcie 50, Zespół Orzekający zarządza, aby Rada Reklamy wraz z doręczeniem skarżonemu odpisu uchwały, o jej treści powiadomiła agencję reklamową opracowującą reklamę oraz środki przekazu, które ją rozpowszechniają(ły). W zawiadomieniu Rada Reklamy zwróci się również do tych podmiotów z prośbą o skierowanie apelu o wykonanie uchwały przez reklamodawców i inne podmioty, które zleciły wykonanie lub rozpowszechnianie reklamy. Wzór takiego pisma stanowi Załącznik nr 3 do niniejszego regulaminu.



52. **Uchwała w formie pisemnej.** Zespół Orzekający podejmuje uchwałę po odbyciu narady w dniu posiedzenia. Uchwałę w formie pisemnej należy sporządzić w ciągu siedmiu dni od daty podjęcia uchwały. Projekt uchwały w formie pisemnej sporządza Arbiter-referent i przedstawia członkom Zespołu Orzekającego do akceptacji przez złożenie podpisów.
53. **Zdanie odrębne.** Do uchwały Zespołu Orzekającego może zostać zgłoszone zdanie odrębne członka Zespołu Orzekającego, który został przegłosowany i nie zgadza się z treścią uchwały. Zdanie odrębne wymaga pisemnego uzasadnienia sporządzonego w terminie 7 dni od dnia podjęcia uchwały. Zdanie odrębne załącza się do uchwały Zespołu Orzekającego.

V. Publikowanie uchwał Zespołu Orzekającego

54. **Publikacja uchwały.** Wszystkie prawomocne uchwały Zespołu Orzekającego (uchwały, od których nie przysługuje środek zaskarżenia) są publikowane w serwisie informatycznym (internetowym) Rady Reklamy w terminie siedmiu dni od daty sporządzenia uchwały na piśmie.
55. Rada Reklamy jest podmiotem działającym na jasnych i przejrzystych zasadach oraz w interesie społecznym, korzystającym z konstytucyjnie gwarantowanej wolności przekazu, którego działalność opiera się na samoregulacji. Działanie Rady Reklamy w zakresie publikacji uchwał jest działaniem, które odpowiada celowi statutowemu Rady Reklamy niezależnie od brania przez skarżonego udziału w postępowaniu.
56. Strony, a także członkowie Rady Reklamy oraz zainteresowane agencje reklamowe, otrzymują prawomocną uchwałę Zespołu Orzekającego niezwłocznie.
57. Zespół Orzekający może zdecydować w uchwale o przekazaniu jej treści innym podmiotom po jej uprawomocnieniu, w tym w szczególności Miejskiemu Rzecznikowi Konsumentów lub Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Skarżony otrzymuje ponadto zalecenie dobrowolnego zastosowania się do stanowiska zawartego w prawomocnej uchwale.
58. Zespół Orzekający może także zadecydować o publikacji swojej uchwały w wybranych branżowych środkach przekazu.

VI. Odwołania od uchwał Zespołu Orzekającego

59. **Wniesienie odwołania.** Strony mogą odwoływać się od uchwały Zespołu Orzekającego w terminie dziesięciu dni od doręczenia uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznane zainteresowanej stronie w dacie podjęcia przez Zespół Orzekający uchwały, od której strona wnosi odwołanie.
60. Odwołania rozpatruje Zespół Odwoławczy KER składający się z członków KER nieuczestniczących w Zespole Orzekającym, który skargę rozpatrywał.
61. Odwołanie składa się do Prezydium KER za pośrednictwem Biura Rady Reklamy, które wyznacza skład Zespołu Odwoławczego według zasad określonych w pkt 37 oraz informuje Prezydium o wpłynięciu odwołania.



62. Do postępowania przed Zespołem Odwoławczym stosuje się odpowiednio postanowienia regulaminu, za wyjątkiem:
- a) prawa odwołania się od uchwały Zespołu Odwoławczego,
 - b) powołania eksperta, jeśli składał opinię przed Zespołem Orzekającym,
 - c) obowiązku użycia formularzy stanowiących Załączniki nr 1 i 2.
63. Zespół Odwoławczy po rozpoznaniu odwołania podejmuje uchwałę, w której:
- a) oddala odwołanie,
 - b) uwzględnia odwołanie w całości lub w części.
64. Zespół Odwoławczy nie może zwrócić sprawy do ponownego rozpatrzenia przez Zespół Orzekający.

VII. Uchylenie uchwały i umorzenie postępowania

65. **Uchylenie uchwały.** Prezydium KER uchyla prawomocną uchwałę, gdy:
- a) zapadła względem podmiotu niebędącego stroną w sprawie;
 - b) ustalony w sprawie stan faktyczny okazał się niezgodny z rzeczywistością i niezgodność ta miała wpływ na treść uchwały;
 - c) dotyczy sprawy już poprzednio rozstrzygniętej prawomocną uchwałą.
66. **Umorzenie postępowania.** W przypadku stwierdzenia występowania chociażby jednej z przesłanek, o których mowa w pkt 65, przed wydaniem uchwały, Zespół Orzekający umarza toczące się postępowanie.

VIII. Postanowienia końcowe

67. W sprawach nieuregulowanych w regulaminie stosuje się odpowiednio Regulamin KER, Kodeks Etyki Reklamy i statut Rady Reklamy.
68. **Obliczanie terminów.** Przy obliczaniu terminów wskazanych w regulaminie nie wlicza się dni uznanych ustawowo za wolne od pracy oraz wszystkich sobót.
69. Załączniki niniejszego regulaminu stanowią jego integralną część.