



STATUT ZWIĄZKU STOWARZYSZEŃ RADA REKLAMY

Tekst jednolity po zmianach z dn. 05.05.2009

Rozdział I

Postanowienia Ogólne

§ 1

1. Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy, zwany dalej „Radą”, stanowi związek stowarzyszeń i innych osób prawnych działających na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.
2. Rada zrzesza stowarzyszenia i inne organizacje reprezentujące podmioty prawne działające na rynku reklamowym, zainteresowane propagowaniem i realizacją jej celów statutowych. Członkami Rady nie mogą być osoby fizyczne ani osoby prawne mające cele zarobkowe w rozumieniu art. 22 ust. 1 ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 roku – Prawo o stowarzyszeniach (Dz. U. z 2001 r. nr 79 poz. 855 z późn. zmianami).
3. Rada ma osobowość prawną.
4. Rada prowadzi działalność zgodnie z przepisami ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 roku – Prawo o stowarzyszeniach (Dz. U. z 2001 r. nr 79 poz. 855 z późn. zmianami) i postanowieniami niniejszego statutu, zwanego dalej „Statutem”.

§ 2

1. Rada prowadzi działalność na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.
2. Siedzibą Rady jest miasto stołeczne Warszawa.

§ 3

1. Rada może być członkiem organizacji krajowych lub międzynarodowych, których działalność jest zgodna z celami Rady.
2. Zgody na wstąpienie, bądź też wystąpienie z organizacji, o których mowa w ust. 1, udziela Walne Zebranie Członków.

Rozdział II

Cele Rady i sposoby ich realizacji

§ 4

Celem działalności Rady jest:

- 1) budowanie, promocja i ochrona zasad, jakimi powinni kierować się przedsiębiorcy oraz inne osoby prawne, fizyczne i jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej, zajmujący się działalnością reklamową na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (tzn. reklamodawcy, promujący, osoby działające na ich rzecz w ramach upoważnienia do ich reprezentowania albo podejmowania w ich imieniu decyzji, pośrednicy oraz środki przekazu). Przy czym w ramach działalności reklamowej przez reklamę należy rozumieć - przekaz zawierający w szczególności informację lub wypowiedź, zwłaszcza odpłatny lub za wynagrodzeniem w innej formie, towarzyszący czyjejkolwiek działalności, mający na celu zwiększenie zbytu produktów, inną formę korzystania z nich lub osiągnięcie innego efektu, które są pożądane przez reklamodawcę. Do reklamy zalicza się również promocję sprzedaży, oferty kierowane do odbiorców przy pomocy marketingu bezpośredniego lub sponsoring. Dla uniknięcia wątpliwości do reklamy nie zalicza się :
 - (1) przekaz mający na celu propagowanie pożądanych społecznie zachowań, jeżeli nie jest jednocześnie związany z promocją reklamodawcy, przedmiotu jego działalności, jego produktu lub produktów pozostających w jego dyspozycji;
 - (2) przekaz będący elementem kampanii wyborczej lub referendalnej, w tym również przekaz o treści propagującej określone zachowanie odbiorców w wyborach lub referendum;
 - (3) przekaz, także publiczny, pochodzący od podmiotu (np. spółki kapitałowej, fundacji), wymagany obowiązującymi przepisami prawa lub skierowany do jego

organów, udziałowców lub potencjalnych udziałowców, w szczególności w zakresie obejmującym stan faktyczny, prawny, finansowy, a także w zakresie informacji dotyczących akcji i innych papierów wartościowych, kwitów depozytowych, znaków legitymacyjnych lub innych jednostek udziałowych (uczestnictwa) w odniesieniu do: (i) tego podmiotu, (ii) podmiotów z nim powiązanych bezpośrednio lub pośrednio,

- 2) ochrona odbiorców i beneficjentów reklamy,
- 3) ocena przekazu reklamowego celem doskonalenia praktyki reklamowej w Polsce.

§ 5

Rada realizuje swoje cele poprzez:

- 1) uchwalenie, implementowanie, uzupełnianie, aktualizację, popularyzację Kodeksu Etyki Reklamy stanowiącego zbiór zasad, których stosowanie przez przedsiębiorców oraz inne osoby prawne, fizyczne i jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej, zajmujące się działalnością reklamową powinno służyć polepszeniu standardów działalności reklamowej – celem zachęcenia reklamodawców, promujących, osób działających na ich rzecz w ramach upoważnienia do ich reprezentowania albo podejmowania w ich imieniu decyzji, pośredników oraz środków przekazu, aby przestrzegali postanowień Kodeksu Etyki Reklamy,
- 2) nadzór nad przestrzeganiem Kodeksu Etyki Reklamy, zwłaszcza poprzez powołanie Komisji Etyki Reklamy, zwanej dalej „KER”, ustalenie i przyjęcie jej regulaminu oraz zasad postępowania przed KER w przypadku sporów związanych z zarzutami naruszenia przepisów Kodeksu Etyki Reklamy,
- 3) organizację systemu wyróżniania podmiotów przestrzegających zasad etyki w reklamie przyjętych przez Radę, w szczególności poprzez opracowywanie odpowiednich zasad i kryteriów,
- 4) wspieranie i inicjowanie studiów, analiz i badań na temat stosowanych form prowadzenia reklamy i jej wpływu na odbiorcę lub beneficjenta oraz ich zainteresowania nabyciem lub korzystaniem w inny sposób z efektów czyjejkolwiek działalności stanowiących przedmiot reklamy,

- 5) upowszechnianie zasad etyki reklamy wśród uczestników rynku reklamowego oraz odbiorców i beneficjentów reklamy między innymi przez prowadzenie działalności informacyjnej o pracach Rady, w szczególności publikację uchwał podejmowanych przez KER, w sposób i na zasadach określonych w aktach Rady,
- 6) pomoc w wymianie informacji, doświadczeń i idei pomiędzy członkami Rady oraz podmiotami zainteresowanymi jej działalnością,
- 7) prowadzenie monitoringu prawa dotyczącego reklamy, europejskich inicjatyw podejmowanych przez organizacje o podobnych celach i wyrażanie publicznie opinii w sprawach pozostających w związku z celami Rady,
- 8) organizowanie i wspomaganie spotkań, konferencji, seminariów oraz innych przedsięwzięć, których tematyka jest zgodna z celami Rady,
- 9) współdziałanie z organami administracji rządowej i samorządowej, organizacjami zrzeszającymi uczestników rynku reklamowego oraz z organizacjami krajowymi i międzynarodowymi, których działalność jest zgodna z celami Rady.

Rozdział III

Członkowie Rady oraz ich prawa i obowiązki

§ 6

1. Zgodnie z treścią § 1 ust. 2 Statutu członkami Rady mogą być wyłącznie stowarzyszenia lub inne osoby prawne, które nie mają celów zarobkowych w rozumieniu art. 22 ust. 1 ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 roku – Prawo o stowarzyszeniach (Dz.U. z 2001 r., nr 79, poz. 855 z późn. zmianami), grupujące lub reprezentujące niżej wymienionych uczestników rynku reklamowego:
 - 1) reklamodawców – przy czym przez reklamodawcę należy rozumieć podmiot, który zwłaszcza odpłatnie lub za wynagrodzeniem w innej formie, zlecił do wykonania reklamę, a przekaz reklamowy dotyczy tego podmiotu, jego działalności, jego produktu lub produktu pozostającego w jego dyspozycji,

- 2) promujących – przy czym przez promującego należy rozumieć podmiot, który w imieniu własnym lub działając w imieniu reklamodawcy, organizuje realizację reklamy, w tym w szczególności: kampanię reklamową, promocję sprzedaży, sponsoring lub kampanię z wykorzystaniem marketingu bezpośredniego, lub
- 3) środków przekazu – przy czym przez środki przekazu należy rozumieć podmioty, które świadczą – odpłatnie lub nieodpłatnie – usługę dystrybucji reklamy,

- która złoży pisemną deklarację przystąpienia do Rady i zostanie przyjęta w poczet członków uchwałą Walnego Zebrania Członków.

2. Członek Rady powinien zadeklarować, czy reprezentuje w Radzie reklamodawców, promujących, czy środki przekazu. Deklaracja powinna odzwierciedlać główny przedmiot działalności uczestników rynku reklamowego, których grupuje (reprezentuje) dany członek Rady. Walne Zebranie Członków może uchwalić dodatkowe kryteria, które będą podstawą określania, jakich uczestników rynku reklamowego grupują (reprezentują) poszczególni członkowie Rady.
3. Członkowi Rady, który grupuje (reprezentuje) różnych uczestników rynku reklamowego można, po ustaleniu jakie grupy uczestników rynku reklamowego spośród wymienionych w ust. 1 może on grupować (reprezentować), nadać status, zgodnie z którym w kolejnych latach kalendarzowych przyjmuje się, że członek ten reprezentuje w Radzie kolejne grupy uczestników rynku reklamowego w stałym porządku określonym w uchwale Walnego Zebrania Członków przyjmującej go do Rady. W takim wypadku dany członek Rady reprezentuje pierwszą z grup uczestników rynku reklamowego od daty nabycia członkostwa do końca bieżącego roku kalendarzowego.
4. Członek Rady obowiązany jest złożyć na każdym Walnym Zebraniu Członków oświadczenie na piśmie, czy nastąpiły zmiany (w stosunku do ostatniego takiego oświadczenia) co do grupy uczestników rynku reklamowego, którą może on aktualnie grupować (reprezentować) zgodnie z ust. 1.

5. W przypadku zmiany profilu działalności członka Rady w rozumieniu ust. 1 członek taki jest obowiązany niezwłocznie powiadomić Zarząd na piśmie deklarując, jakie grupy uczestników rynku reklamowego będzie w związku z taką zmianą grupować (reprezentować). W takim wypadku umieszcza się w porządku obrad najbliższego Walnego Zebrania Członków głosowanie w kwestii, czy Rada akceptuje deklarowaną zmianę statusu członka.

§ 7

1. Członek Rady ma prawo:

- 1) wybierać członków organów Rady oraz zgłaszać kandydatów do tych organów,
- 2) brać udział w pracach Rady poprzez swoich przedstawicieli,
- 3) wyrażać opinie, przedstawiać wnioski oraz postulaty do organów Rady,
- 4) w uzgodnionym zakresie korzystać z wyposażenia, usług i pomocy Rady przy realizacji zadań, o których mowa w § 4 i § 5 Statutu.

2. Członek Rady jest zobowiązany:

- 1) przestrzegać Statutu, regulaminów oraz uchwał organów Rady,
- 2) propagować wśród swoich członków statutowe cele Rady oraz postanowienia Kodeksu Etyki Reklamy,
- 3) uiszczać terminowo opłatę wpisową i składki członkowskie w wysokości określonej przez Walne Zebranie Członków.

§ 8

1. Członkostwo w Radzie ustaje na skutek:

- 1) złożenia Zarządowi przez członka rezygnacji w formie pisemnej, po uprzednim uiszczeniu zaległych składek członkowskich oraz opłat wpisowych, za okres od daty przystąpienia do Rady do dnia prawidłowego złożenia rezygnacji,
- 2) utraty osobowości prawnej,

- 3) skreślenia z listy członków z powodu opóźnienia przekraczającego 6 miesięcy w uiszczaniu opłaty wpisowej lub składki członkowskiej – po uprzednim bezskutecznym wezwaniu przez Zarząd i wyznaczeniu dodatkowego 30-dniowego terminu do uiszczenia zaległych opłat lub składek,
 - 4) utraty warunków wymaganych dla uzyskania członkostwa w Radzie,
 - 5) wykluczenia z powodu rażącego lub uporczywego naruszenia postanowień Statutu, uchwał lub regulaminów przyjętych przez organy Rady.
2. W przypadkach określonych w ust. 1. pkt. 1), 2) i 3) orzeka Zarząd, który jest zobowiązany poinformować danego członka pisemnie – odpowiednio – o ustaniu członkostwa lub skreśleniu z listy członków, albo o odmowie przyjęcia rezygnacji z członkostwa w Radzie. Uchwała Zarządu może być przedmiotem odwołania zainteresowanego członka do Walnego Zebrania Członków, wniesionego przed upływem 30 dni od daty doręczenia mu kopii uchwały Zarządu. Walne Zebranie Członków podejmie uchwałę w sprawie uwzględnienia albo oddalenia odwołania na najbliższym swoim posiedzeniu. Uchwała Walnego Zebrania Członków jest ostateczna i ma charakter wiążący. W trakcie postępowania odwoławczego danemu członkowi przysługują wszystkie prawa członkowskie oraz powinien on wykonywać wszystkie ciężące na nim wobec Rady zobowiązania.
3. W przypadkach określonych w ust. 1. pkt. 4) i 5) orzeka Walne Zebranie Członków.
4. Uchwała Walnego Zebrania Członków w sprawie skreślenia z listy członków Rady lub wykluczenia członka z Rady jest ostateczna i ma charakter wiążący.

Rozdział IV

Organy Rady

§ 9

Organami Rady są:

- 1) Walne Zebranie Członków,

- 2) Zarząd,
- 3) Komisja Rewizyjna,
- 4) Komisja Etyki Reklamy.

Postanowienia ogólne

§ 10

1. Na Walnym Zebraniu Członków i w innych pracach Rady członek jest reprezentowany w Radzie przez osoby uprawnione do jego reprezentacji zgodnie z przepisami prawa.
2. Warunkiem skutecznego powołania osoby fizycznej w skład Zarządu albo Komisji Rewizyjnej jest jej zgoda na kandydowanie oraz zgłoszenie kandydatury na piśmie przez uprawnionego członka Rady najpóźniej do chwili sporządzenia list, o których mowa w ust. 3. Jeden członek Rady może zgłosić nie więcej niż dwóch kandydatów do Zarządu i jednego kandydata do Komisji Rewizyjnej. Zgłoszenie wymaga pisemnego uzasadnienia zawierającego opis kwalifikacji kandydata do pełnienia danej funkcji.
3. Po dokonaniu zgłoszeń kandydatów, członkowie Rady reprezentujący odpowiednio reklamodawców, promujących oraz środki przekazu sporządzają trzy odrębne listy kandydatów, umieszczając na poszczególnych listach wszystkich kandydatów zgłoszonych przez członków Rady reprezentujących daną grupę uczestników rynku reklamowego z wyszczególnieniem kandydatów do Zarządu i kandydatów do Komisji Rewizyjnej. Walne Zebranie Członków z każdej listy wybiera po dwóch członków Zarządu i po jednym członku Komisji Rewizyjnej. Jeżeli po dokonaniu wyboru w sposób określony w ust. 2 i ustępie niniejszym powyżej, Zarząd lub Komisja Rewizyjna będą liczyły mniej członków niż wymaga tego Statut, będą zarządzane wybory uzupełniające. W takim przypadku postanowienia ust. 2 i ustępu niniejszego powyżej stosować się będą odpowiednio.
4. W składzie Zarządu i Komisji Rewizyjnej nie mogą znajdować się osoby powiązane stosunkiem pokrewieństwa albo powinowactwa (do drugiego stopnia), albo więcej niż jedna osoba pozostająca w stosunku prawnym wynikającym z umowy o pracę,

umowy zlecenia, umowy o dzieło lub innej umowy podobnej w skutkach, bądź w inny sposób związana z przedsiębiorcami z jednej grupy podmiotów powiązanych w rozumieniu aktów prawa o podatku dochodowym od osób prawnych.

5. Członkowie Zarządu wybrani z listy zgłoszonej przez członków Rady reprezentujących jedną z grup opisanych w § 6 ust. 1 nie mogą świadczyć pracy lub usług niezależnie od podstawy prawnej, ani być w inny sposób związani z przedsiębiorcami należącymi do innej grupy spośród wymienionych w tym przepisie. Jeżeli członek Zarządu rozpocznie pracę dla takich podmiotów – niezależnie od podstawy prawnej jej wykonywania - jego mandat wygasa, chyba że w terminie 21 dni od rozpoczęcia świadczenia takiej pracy przedstawi Zarządowi pisemną zgodę wszystkich członków Rady reprezentujących członków Rady, z których listy został wybrany.
6. Postanowienia ust.5 stosują się do członków Komisji Rewizyjnej odpowiednio.
7. Członkami Zarządu i Komisji Rewizyjnej nie mogą być osoby, które zostały skazane prawomocnym wyrokiem za przestępstwa z winy umyślnej,
8. Z zastrzeżeniem treści § 14 ust. 1 pkt 12 i pkt 13, członek Zarządu i Komisji Rewizyjnej może zostać w każdej chwili odwołany przez Walne Zebranie Członków.
9. Wszyscy członkowie Rady grupujący (reprezentujący) grupę uczestników rynku reklamowego, z których listy został wybrany członek Zarządu, mogą w każdej chwili podjąć jednogłośnie uchwałę z wnioskiem do Walnego Zebrania Członków o odwołanie takiego członka Zarządu. W takim przypadku niezwłocznie zwołuje się Walne Zebranie Członków celem rozpatrzenia wniosku.
10. Ta sama osoba może być członkiem Zarządu albo Komisji Rewizyjnej, w każdym z tych organów oddzielnie, nie dłużej niż przez dwie kolejne kadencje w danym organie.

§ 11

1. Kadencja Zarządu, Komisji Rewizyjnej i Komisji Etyki Reklamy trwa dwa lata. Jeżeli w toku kadencji do któregośkolwiek organu zostanie powołany nowy członek, jego kadencja upływie z dniem upływu kadencji pozostałych członków.
2. Jeśli Statut nie stanowi inaczej, uchwały Zarządu oraz Komisji Rewizyjnej podejmowane są w jawnym głosowaniu zwykłą większością głosów w obecności przynajmniej połowy członków danego organu (quorum). Ponadto dla ważności uchwał tych organów wymagane jest zaproszenie na posiedzenie wszystkich członków danego organu w formie pisemnej, kurierem, za pośrednictwem faksu lub poczty elektronicznej, za potwierdzeniem odbioru z co najmniej 5 - dniowym wyprzedzeniem. W zaproszeniu należy wskazać miejsce, termin i porządek obrad posiedzenia. Uchwały można powziąć pomimo braku formalnego zwołania posiedzenia lub w sprawach nieobjętych porządkiem obrad jeżeli wszyscy członkowie są obecni, a żaden z nich nie zgłosi sprzeciwu co do odbycia posiedzenia lub wniesienia poszczególnych spraw do porządku obrad. Członkowie obecni na posiedzeniu mogą podjąć decyzję o tajnym głosowaniu w każdym przypadku na wniosek członka danego organu. Tajne głosowanie jest wyłączone w przypadku podejmowania uchwał przez Komisję Etyki Reklamy.

Walne Zebranie Członków

§ 12

1. Walne Zebranie Członków jest najwyższym organem Rady.
2. W Walnym Zebraniu Członków mogą uczestniczyć członkowie Rady, jej organów oraz goście zaproszeni przez członków Rady lub jej organów.

§ 13

1. Walne Zebranie Członków może być zwyczajne lub nadzwyczajne.
2. Z zastrzeżeniem treści ust. 10, Walne Zebranie Członków należy zwołać na 14 dni przed jego odbyciem. Członków Rady i jej organów należy powiadomić o miejscu, terminie, przedmiocie oraz porządku obrad (łącznie z projektami uchwał) pocztą poleconą, kurierem, faksem lub pocztą elektroniczną za potwierdzeniem odbioru.

3. Walne Zebranie Członków może uchwalić regulamin swoich obrad.
4. Obrady Walnego Zebrania Członków otwiera Prezes Zarządu, a w jego nieobecności inny członek Zarządu lub członek Komisji Rewizyjnej wskazany przez Prezesa Zarządu. Obradami Walnego Zebrania Członków kieruje Przewodniczący, którego wybór następuje na początku każdego Zebrania przez członków Rady biorących w nim udział. Walne Zebranie Członków zostanie zaprotokołowane przez osobę wskazaną przez Przewodniczącego. Protokół powinien zawierać co najmniej personalia i skrótową treść wypowiedzi osób uczestniczących w Walnym Zebraniu Członków, treść podjętych uchwał oraz liczbę głosów oddanych w każdej sprawie.
5. Zwyczajne Walne Zebranie Członków jest zwoływane przez Zarząd co najmniej raz na rok i powinno się odbyć nie później niż do dnia 30 czerwca roku następującego po danym roku obrotowym.
6. Nadzwyczajne Walne Zebranie Członków może zostać zwołane w każdym czasie.
7. Nadzwyczajne Walne Zebranie Członków zwołuje Zarząd:
 - 1) z własnej inicjatywy,
 - 2) na żądanie Komisji Rewizyjnej,
 - 3) na żądanie każdego członka Rady,
 - 4) na żądanie KER,
 - 5) na żądanie członka, który został skreślony na podstawie § 8 ust. 2 Statutu, przy czym termin takiego Zebrania powinien zostać wyznaczony na dzień przypadający nie później niż 60 dni od dnia wpłynięcia do Rady odwołania,
 - 6) niezwłocznie w przypadku gdy liczebność Zarządu spadnie poniżej wymaganej w Statucie.
8. Jeżeli Zarząd nie zwoła nadzwyczajnego Walnego Zebrania Członków zgodnie ze Statutem, może ono zostać zwołane przez Komisję Rewizyjną.

9. Z zastrzeżeniem ust. 10, nadzwyczajne Walne Zebranie Członków obraduje tylko w sprawach, do rozpatrzenia których zostało zwołane.
10. Walne Zebranie Członków może się też odbyć pomimo braku formalnego zwołania, jeżeli wszyscy członkowie Rady są prawidłowo reprezentowani, a nikt z obecnych nie zgłosił sprzeciwu dotyczącego odbycia Zebrania lub wniesienia poszczególnych spraw do jego porządku obrad.

§ 14

1. Kompetencje Walnego Zebrania Członków obejmują w szczególności:
 - 1) uchwalenie, zmiany i uchylenie Kodeksu Etyki Reklamy – jednomyślnie, w obecności 2/3 członków Rady,
 - 2) zmiany Statutu – jednomyślnie, w obecności 2/3 członków Rady,
 - 3) uchwalanie, zmiany i uchylanie regulaminów organów Rady – bezwzględną większością głosów, w obecności 2/3 członków Rady, przy czym uchwalenie, zmiany i uchylenie regulaminu KER – jednomyślnie, w obecności 2/3 członków Rady,
 - 4) rozliczenie i przyjęcie budżetu – bezwzględną większością głosów, w obecności 2/3 członków Rady,
 - 5) określanie wysokości i zasad wnoszenia opłat wpisowych i składek członkowskich - bezwzględną większością głosów, w obecności 2/3 członków Rady,
 - 6) udzielanie zgody na nabycie, zbycie lub obciążenie własności lub innych praw rzeczowych na nieruchomości – bezwzględną większością głosów, w obecności 2/3 członków Rady,
 - 7) przyjmowanie nowych członków Rady oraz rozstrzygnięcie kwestii określonych w § 6 ust. 5 Statutu – jednomyślnie, w obecności 2/3 członków Rady,

- 8) rozpatrywanie odwołań od uchwał Zarządu w sprawie ustania członkostwa w Radzie, skreślenia albo odmowy przyjęcia rezygnacji zgodnie z § 8 ust. 2 Statutu – w głosowaniu tajnym większością 3/4 głosów oddanych, w obecności 1/2 członków Rady, przy czym w tym przypadku członkowie Rady są obowiązani głosować „za” albo „przeciw”, zaś głosy wstrzymujące się będą uznane za głosy nieoddane,
- 9) wykluczanie członków Rady zgodnie z § 8 ust. 1 pkt 3 Statutu – w głosowaniu tajnym większością 3/4 głosów oddanych, w obecności 1/2 członków Rady, przy czym w tym przypadku członkowie Rady są obowiązani głosować „za” albo „przeciw”, zaś głosy wstrzymujące się będą uznane za głosy nieoddane,
- 10) wybór członków Zarządu, Komisji Rewizyjnej i Komisji Etyki Reklamy – w głosowaniu tajnym zwykłą większością głosów, niezależnie od liczby obecnych,
- 11) wybór Prezesa Zarządu spośród członków Zarządu – w głosowaniu tajnym zwykłą większością głosów, niezależnie od liczby obecnych,
- 12) odwoływanie członków Zarządu i Komisji Rewizyjnej na wniosek odpowiedniej części członków Rady złożony zgodnie z postanowieniami Statutu - w głosowaniu tajnym zwykłą większością głosów niezależnie od liczby obecnych,
- 13) odwoływanie członków Zarządu i Komisji Rewizyjnej w innych przypadkach, aniżeli określone w pkt 12 - w głosowaniu tajnym bezwzględną większością głosów niezależnie od liczby obecnych,
- 14) odwoływanie członków Komisji Etyki Reklamy wybieranych przez Walne Zebranie Członków, w przypadku utraty uprawnień przewidzianych w § 19 ust. 5 - w głosowaniu tajnym zwykłą większością głosów niezależnie od liczby obecnych,
- 15) odwoływanie członków Komisji Etyki Reklamy wybieranych przez Walne Zebranie Członków, w przypadkach innych, aniżeli określone w pkt. 14 - w głosowaniu tajnym większością 3/4 głosów oddanych niezależnie od liczby obecnych,

- 16) rozpoznawanie i zatwierdzanie sprawozdań wybieralnych organów Rady - zwykłą większością głosów niezależnie od liczby obecnych,
- 17) podejmowanie uchwał w sprawie przystępowania do innych organizacji krajowych lub międzynarodowych albo ich zakładania i występowania z takich organizacji - bezwzględną większością głosów, w obecności 2/3 członków Rady
- 18) podjęcie uchwał w sprawie rozwiązania Rady i rozdysponowania jej majątku - jednowyślnie, w obecności 2/3 członków Rady,
- 19) przyjmowanie uchwał w pozostałych sprawach zawartych w porządku obrad - zwykłą większością głosów, niezależnie od liczby obecnych,
- 20) inne sprawy przedstawione do rozstrzygnięcia przez członków lub organy Rady w tym sprawy formalne w zakresie sposobu obrad Walnego Zebrania Członków - zwykłą większością głosów, niezależnie od liczby obecnych,
- 21) inne sprawy określone Statutem lub przepisami prawa - zwykłą większością głosów, niezależnie od liczby obecnych,
- 22) zapoznawanie się z wnioskami i postulatami członków lub organów Rady.

2. W rozumieniu Statutu:

- 1) większość bezwzględna oznacza ponad połowę głosów oddanych,
- 2) większość zwykła oznacza więcej głosów oddanych „za” niż „przeciw”.

Zarząd

§ 15

1. Zarząd kieruje bieżącą działalnością Rady i reprezentuje Radę wobec osób trzecich.
2. Zarząd składa się z trzech do dziewięciu członków, włączając Prezesa, który jest obierany spośród członków Zarządu osobną uchwałą Walnego Zebrania Członków.
3. Zarząd zbiera się, w miarę potrzeb, nie rzadziej niż dwa razy w każdym roku obrotowym.

§ 16

Oprócz innych spraw określonych w Statucie, kompetencje Zarządu obejmują:

- 1) realizację celów Rady oraz uchwał Walnego Zebrania Członków,
- 2) przygotowanie projektu budżetu i przedstawianie go do zatwierdzenia Walnemu Zebraniu Członków w terminie umożliwiającym przyjęcie budżetu przed rozpoczęciem roku obrotowego, który ma nim być objęty,
- 3) zarządzanie majątkiem Rady,
- 4) podejmowanie decyzji o zakupie i przenoszeniu własności ruchomości w ramach budżetu przyjętego przez Walne Zebranie Członków,
- 5) podejmowanie decyzji co do nabycia, zbycia lub obciążenia własności lub innych praw rzeczowych na nieruchomości, za uprzednią zgodą Walnego Zebrania Członków,
- 6) powoływanie komisji i grup roboczych oraz określanie ich zadań,
- 7) zwoływanie Walnego Zebrania Członków,
- 8) organizację i prowadzenie działalności gospodarczej,
- 9) podejmowanie uchwał w przedmiocie skreślenia lub ustania z innych przyczyn członkostwa w Radzie w przypadkach określonych w Statucie,
- 10) prowadzenie rejestru członków,
- 11) przedstawianie sprawozdań na temat działalności Rady Walnemu Zebraniu Członków,
- 12) zatrudnianie pracowników Biura Rady, w tym powierzanie funkcji Dyrektora Generalnego Biura Rady,
- 13) uchwalenie regulaminu działania i struktury organizacyjnej Biura Rady,

- 14) wybór jednego członka Komisji Etyki Reklamy pełniącego funkcje związane z wstępnym rozpatrywaniem wpływających do niej skarg,
- 15) odwoływanie wybranego przez Zarząd członka Komisji Etyki Reklamy w przypadku utraty uprawnień przewidzianych w § 19 ust. 4 lub 5 - w głosowaniu tajnym zwykłą większością głosów,
- 16) odwoływanie wybranego przez Zarząd członka Komisji Etyki Reklamy w przypadkach innych, aniżeli określone w pkt. 15 - w głosowaniu tajnym większością 3/4 głosów oddanych,
- 17) wykonywanie uchwał Komisji Etyki Reklamy w sposób przez nią określony,
- 18) występowanie do Komisji Etyki Reklamy o kontrolę zgodności reklam z Kodeksem Etyki Reklamy

Komisja Rewizyjna

§ 17

1. Komisja Rewizyjna składa się z trzech członków, włączając Przewodniczącego wybieranego przez Komisję spośród jej członków.
2. Komisja Rewizyjna jest organem kontroli wewnętrznej Rady.

§ 18

1. Kompetencje Komisji Rewizyjnej obejmują:
 - 1) kontrolowanie działalności Zarządu i Biura Rady,
 - 2) występowanie do Zarządu z wnioskami wynikającymi z przeprowadzonych kontroli,
 - 3) żądanie zwołania posiedzenia Zarządu,
 - 4) udział w posiedzeniach Zarządu z głosem doradczym,

- 5) zwoływanie Walnego Zebrania Członków, jeżeli Zarząd nie zwoła go w przypadkach i w terminie na to przewidzianych,
 - 6) przedstawianie Walnemu Zebraniu Członków wniosków w przedmiocie udzielenia absolutorium Zarządowi,
 - 7) przedstawianie Walnemu Zebraniu Członków wniosków w przedmiocie rozliczenia i przyjęcia budżetu,
 - 8) przedstawianie rocznych sprawozdań ze swojej działalności Walnemu Zebraniu Członków.
2. W celu wykonania swoich obowiązków Komisja Rewizyjna może badać wszystkie dokumenty Rady, w zakresie opisanym w ust. 1, żądać od Zarządu i pracowników sprawozdań i wyjaśnień oraz dokonywać rewizji stanu majątku Rady.
 3. Członek Komisji Rewizyjnej nie może samodzielnie wykonywać uprawnień kontrolnych, chyba że Komisja Rewizyjna w drodze uchwały deleguje na danego członka lub członków wykonanie części kontroli pozostającej w granicach jej kompetencji.

Komisja Etyki Reklamy

§ 19

1. Komisja Etyki Reklamy, zwana dalej „KER”, składa się z nie więcej niż 31 (trzydziestu jeden) osób, w tym nie więcej niż 30 (trzydziestu) osób wybieranych przez Walne Zebranie Członków oraz 1 (jednej) osoby wybieranej przez Zarząd. Liczbę członków KER określa Walne Zebranie Członków w drodze uchwały podjętej zwykłą większością głosów.
2. Z inicjatywą wyboru członków KER występuje Zarząd, który roześle w tej sprawie stosowne zawiadomienie w sposób przewidziany dla zwoływania Walnego Zebrania Członków (zwyczajnego albo nadzwyczajnego).
3. Trzy odrębne listy kandydatów na członków KER wybieranych przez Walne Zebranie Członków powinny zostać przedstawione przez członków Rady

reprezentujących odpowiednio reklamodawców, promujących oraz środki przekazu. Każda lista winna zawierać zgłoszenia kandydatów w liczbie nie mniejszej niż 1/3 ustalonej zgodnie z ust. 1 liczby członków KER na daną kadencję wybieranych przez Walne Zebranie Członków. Do każdego zgłoszenia kandydatów należy dołączyć krótkie charakterystyki każdego z nich oraz oświadczenia kandydatów wyrażające zgodę na kandydowanie oraz potwierdzające kwalifikacje, o których mowa w ust. 5. Walne Zebranie Członków wybiera równą liczbę członków z każdej listy. W przypadku, gdy wymaganą liczbę głosów otrzyma większa liczba osób z danej listy, członkami KER zostaną ci kandydaci, którzy otrzymali najwięcej głosów. Przy równej liczbie głosów zarządza się wybory dodatkowe. Jeżeli z danej listy wymaganą liczbę głosów otrzyma mniej kandydatów, aniżeli będzie wakujących miejsc, zarządza się wybory uzupełniające, z zachowaniem trybu wskazywania kandydatów i sporządzania ich listy w celu dokonania wyboru przez Walne Zebranie Członków.

4. Zarząd wybiera i odwołuje, na zasadach określonych w Statucie, jednego członka KER, pełniącego funkcję związane z wstępnym rozpatrywaniem skarg wpływających do KER. Osoba taka powinna spełniać wymagania określone w ust. 5, a ponadto posiadać wyższe wykształcenie prawnicze.
5. Członkiem KER może być osoba, która:
 - 1) posiada pełną zdolność do czynności prawnych;
 - 2) posiada pełnię praw publicznych;
 - 3) nie została skazana prawomocnym wyrokiem za przestępstwa z winy umyślnej;
 - 4) posiada kwalifikacje do pełnienia funkcji członka KER;
 - 5) nie jest powiązana z innym członkiem KER w sposób opisany w ust.6;
 - 6) nie jest członkiem Zarządu ani Komisji Rewizyjnej;
 - 7) nie naruszyła dotychczas obowiązków członka KER

6. W składzie KER nie mogą znajdować się osoby powiązane stosunkiem pokrewieństwa albo powinowactwa do drugiego stopnia włącznie, albo więcej niż jedna osoba pozostająca w stosunku prawnym wynikającym z umowy o pracę, umowy-zlecenia, umowy o dzieło lub innej umowy podobnej w skutkach, bądź w inny sposób związana z przedsiębiorcami z jednej grupy podmiotów powiązanych w rozumieniu przepisów o podatku dochodowym od osób prawnych.
7. Członek KER może zostać odwołany, jeśli utraci on przynajmniej jedną z kwalifikacji, o których mowa w ust. 5 pkt 1) , 2), 3), 5) i 7) lub organ, który uprzednio wybrał danego członka KER zadecyduje inaczej zgodnie z postanowieniami Statutu.
8. Jeżeli członek KER zostanie wybrany w skład Zarządu albo Komisji Rewizyjnej, jego mandat członka KER wygasa.
9. W przypadkach wymienionych w ust. 7 i ust. 8, przy wyborze nowego członka KER stosuje się odpowiednio tryb, który był stosowany przy wyborze członka KER, którego mandat wygaś.

§ 20

1. Celem działalności KER jest zajmowanie stanowiska w sprawach zgodności przekazu reklamowego z postanowieniami Kodeksu Etyki Reklamy. Stanowisko każdego zespołu orzekającego, o którym mowa w ust. 3, wymaga formy uchwały.
2. Tryb postępowania przed KER zostanie określony w specjalnym regulaminie przyjętym w formie uchwały Walnego Zebrania Członków.
3. Regulamin KER powinien zapewnić, że w każdym zespole orzekającym będą znajdować się w równej liczbie członkowie KER wybrani uprzednio zgodnie z § 19 ust. 3 z każdej z trzech odrębnych list. Uchwała zespołu orzekającego wymaga dla swej ważności zwykłej większości głosów w rozumieniu § 14 ust. 2 pkt. 2 Statutu. Uchwałę należy sporządzić w formie pisemnej. W treści uchwały należy wskazać podstawę prawną jej przyjęcia oraz motywy uzasadniające zawarte w niej rozstrzygnięcie. Członek zespołu orzekającego, który został przegłosowany, może

zgłosić zdanie odrębne, pod warunkiem jego pisemnego uzasadnienia sporządzonego w terminie 7 dni od daty podjęcia uchwały.

4. Członkowie KER mogą wybrać ze swego grona Przewodniczącego i dwóch jego zastępców. Każda z osób wybranych do pełnienia powyższej funkcji powinna wywodzić się spośród członków wybranych spośród kandydatów zgłoszonych na innej z list, o których mowa w § 19 ust. 3.

Rozdział V

Kodeks Etyki Reklamy

§ 21

1. Rada uchwała Kodeks Etyki Reklamy, który stanowi jej podstawowy dokument zawierający normy, których stosowanie przez podmioty zajmujące się działalnością na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej związaną z reklamą, byłoby w opinii członków Rady zgodne z dobrymi praktykami rynkowymi oraz przyczyniłoby się do podniesienia standardów przekazu reklamowego.
2. Kodeks Etyki Reklamy stanowi podstawę dla uchwał KER.
3. Rada corocznie będzie poddawała Kodeks Etyki Reklamy wszechstronnej analizie w celu ewentualnego wprowadzenia zmian wynikających z praktyki KER i potrzeb ochrony odbiorców i beneficjentów reklam.

Rozdział VI

Biuro Rady

§ 22

1. Organy Rady mogą posługiwać się przy wykonywaniu swoich obowiązków Biurem Rady. Biuro Rady jest kierowane przez Dyrektora Generalnego, któremu w posiedzeniach Zarządu przysługuje głos doradczy.
2. Swoje obowiązki określone w ust. 1 Biuro Rady wykonuje w porozumieniu z zainteresowanymi organami Rady. Do szczególnych obowiązków Biura Rady

należy świadczenie KER pomocy organizacyjnej i kancelaryjnej przy wykonywaniu jej funkcji statutowych. W zakresie kompetencji KER jej członkowie mogą wydawać pracownikom Biura Rady wiążące polecenia.

3. W przypadku prowadzenia przez Radę działalności gospodarczej, udział w niej Biura Rady szczegółowo określa odrębne uchwały.

Rozdział VII

Majątek i fundusze

§ 23

Majątek Rady składa się z ruchomości, nieruchomości oraz środków finansowych.

§ 24

1. Źródła pochodzenia majątku Rady są następujące:
 - 1) opłaty wpisowe i składki członkowskie,
 - 2) dotacje,
 - 3) darowizny, spadki,
 - 4) dochody z działalności gospodarczej.
2. Składki członkowskie należy uiszczać do końca każdego kalendarzowego kwartału danego roku. Nowi członkowie winni uiszczać składki członkowskie w roku kalendarzowym, w którym zostali członkami Rady, na zasadach i w terminach określonych przez Zarząd po otrzymaniu potwierdzenia przyjęcia do Rady.
3. Rada winna prowadzić działalność finansową oraz księgowość zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.
4. Rokiem obrotowym Rady jest rok kalendarzowy.

§ 25

Oświadczenia woli, pisma i dokumenty dotyczące praw i obowiązków w odniesieniu do majątku Rady pod rygorem nieważności winny być podpisane przez dwóch członków

Zarządu lub jednego członka Zarządu i Dyrektora Generalnego Biura Rady, działających łącznie.

§ 26

Zabrania się:

- 1) udzielania pożyczek lub zabezpieczenia zobowiązań majątkiem Rady w stosunku do jej członków, członków organów lub pracowników oraz osób, z którymi pracownicy pozostają w związku małżeńskim albo w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia albo są związani z tytułu przysposobienia, opieki lub kurateli, zwanych dalej „osobami bliskimi”,
- 2) przekazywania majątku Rady na rzecz ich członków, członków organów lub pracowników oraz ich osób bliskich, na zasadach innych niż w stosunku do osób trzecich, w szczególności jeżeli przekazanie to następuje bezpłatnie lub na preferencyjnych warunkach,
- 3) wykorzystywania majątku Rady na rzecz członków, członków organów lub pracowników oraz ich osób bliskich na zasadach innych niż w stosunku do osób trzecich, chyba że to wykorzystanie bezpośrednio wynika ze statutowego celu Rady.
- 4) zakupu na szczególnych zasadach towarów lub usług od podmiotów, w których uczestniczą członkowie organizacji, członkowie jej organów lub pracownicy oraz ich osób bliskich.

§ 27

1. Działalność Rady opiera się o dobrowolną pracę zrzeszonych w niej członków.

2. Rada może prowadzić działalność gospodarczą z zastrzeżeniem, że dochód z tej działalności będzie służyć realizacji celów statutowych i nie będzie przeznaczony do podziału między jej członków.
3. Rada może prowadzić działalność gospodarczą w następującym zakresie:
 - 1) badanie rynku i opinii publicznej (74.13.Z),
 - 2) doradztwo związane z prowadzeniem działalności gospodarczej i zarządzaniem (74.14.A),
 - 3) przetwarzanie danych (72.30.Z),
 - 4) działalność organizacji komercyjnych i pracodawców (91.11.Z),
 - 5) działalność związana z organizacją targów i wystaw (74.87.A),
 - 6) organizacja kursów i szkoleń (80.42.Z),
 - 7) działalność wydawnicza (22.1),
 - 8) działalność komercyjna pozostała, gdzie indziej niesklasyfikowana (74.87.B).
4. W celu prowadzenia swojej działalności Rada może zatrudniać pracowników oraz zawierać inne umowy, w tym zwłaszcza umowy-zlecenia i umowy o dzieło.

Rozdział VIII

Zmiana Statutu i rozwiązanie Rady

§ 28

1. Zmiana Statutu oraz rozwiązanie Rady wymaga uchwały Walnego Zebrania Członków.
2. Zmiana Statutu oraz rozwiązanie Rady mogą zostać podjęte przez Walne Zebranie Członków tylko w przypadku, jeżeli znalazły się one w porządku obrad zawartym

w zawiadomieniu, o którym mowa w § 13 ust. 2, a projekty stosownych uchwał zostały dostarczone członkom wraz z tym zawiadomieniem.

3. W uchwale o rozwiązaniu Rady, Walne Zebranie Członków określi sposób likwidacji Rady oraz rozdysponowania jej majątkiem.