



**Uchwała Nr ZO/061/21o  
z dnia 23 czerwca 2021 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn. akt: KER/066/21**

OPINIA KER – w sprawie skarg na przekaz reklamowy

**Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy**

**Grottgera 9/3  
00-785 Warszawa**

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

- **Mikołaj Janicki – przewodniczący;**
- **Ewelina Czuba – członkini;**
- **Jacek Pawlak – członek;**

DO

Konsument (bliższe dane w aktach sprawy), zwany dalej „Wnioskodawcą”;

EKO-GROSZEK.ORG Polski Węgiel Dystrybucja sp. z o.o., z siedzibą w Dąbrowie Górniczej, zwany dalej „Reklamodawcą”.

**OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO**

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumentkimi, Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a także organizacjami promującymi standardy rynku reklamy w innych krajach, jak i na poziomie międzynarodowym (w tym The European Advertising Standards Alliance EASA) oraz mając na celu ochronę interesów konsumentów Komisja Etyki Reklamy dokonała analizy przedmiotowego przekazu reklamowego pod kątem zgodności z powszechnie przyjętymi zasadami etyki oraz dobrymi praktykami rynkowymi.

Do Komisji Etyki Reklamy wpłynęła skarga o sygnaturze akt KER/066/21. Przedmiotem skargi była reklama internetowa dostępna w dniu 25 kwietnia 2021 r.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w reklamie dopatrywał się naruszenia prowadzenia reklamy w duchu odpowiedzialności społecznej, zasady niewprowadzania konsumenta w błąd oraz naruszeń w zakresie przekazywanych przez reklamodawcę informacji ekologicznych.

**Treść reklamy:**

Reklama dotyczy produktu reklamowanego jako „Eko Energy” paliwa ekologiczne.

**Treść skargi:**

Ekogroszek węglowy nie jest paliwem ekologicznym. Używanie takiej nazwy narusza zasady etyczne i uczciwości w reklamie. [pisownia oryginalna]

Zespół Orzekający zważył co następuje:

***Opinia-ocena Zespołu Orzekającego KER w zakresie oceny przedmiotowej reklamy z ogólnie przyjętymi standardami etycznymi oraz dobrymi praktykami rynkowymi***

Zespół Orzekający dokonując oceny przekazu reklamowego uznał, że reklama w części, w której posługuje się pojęciem „paliwo ekologiczne” nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz mogła wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie sposobu przekazywania informacji o charakterze ekologicznym.

Zespół Orzekający pragnie podkreślić, iż zestawienie pojęć wykorzystanych przez reklamodawcę, tj. „polski groszek”, „eko energy”, „paliwa ekologiczne” są wewnątrznie sprzeczne. Każdy proces spalania wytwarza określone emisje, które wpływają negatywnie na środowisko. Posługiwanie się hasłami reklamowymi o treści „eko energy” i „paliwa ekologiczne” w zestawieniu z „ekogroszkiem” może wprowadzać potencjalnych konsumentów w błąd, poprzez co nie sposób uznać przekazu za rzetelną informację o charakterze ekologicznym. Za niedopuszczalne należy bowiem uznać nakłanianie konsumenta do dokonania danego wyboru stwarzając jedynie pozory tego, że ekogroszek może być przyjazny dla środowiska lub ekologiczny.

Zespół Orzekający pragnie również podkreślić, iż w świetle licznych danych, które wskazują na szkodliwość ekogroszku, w tym w zakresie, w jakim podczas jego spalania dochodzi do przekraczania norm emisyjności w zakresie stężeń pyłów<sup>1</sup>, Zespół Orzekający KER pragnie wyrazić swoje zaniepokojenie w zakresie, w jakim przedrostek „eko” wykorzystywany w sposób uniwersalny i nieomal

---

<sup>1</sup> zob. więcej: <https://serwisy.gazetaprawna.pl/ekologia/artykuly/8152693,kontrola-uokik-emisyjnosci-ekogroszkow-wegiel-zielone-paliwo.html>



RADA REKLAMY

dowolny, może doprowadzać do wprowadzanie konsumentów w błąd co do rzeczywistej ekologiczności kupowanego opału.

Jednocześnie, Zespół Orzekający uznał nazwę „EKO-ENERGY” za nazwę własną, a więc nie podlegającą ocenie z punktu widzenia przekazu reklamowego.

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy w sposób wskazany na naszej stronie internetowej [www.radareklamy.pl](http://www.radareklamy.pl) Postaramy się udzielić wszelkich możliwych informacji oraz porad mogących zagwarantować najwyższe standardy etyczne oraz przestrzeganie dobrych praktyk rynkowych na rynku reklamowym w Polsce.

W związku z powyższym, mając na uwadze treść Wniosku oraz na podstawie pkt. 43 ust. 1 lit. c) Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.