



Uchwała Nr ZO/080/21u

z dnia 27 lipca 2021

Zespołu Orzekającego

w sprawie o sygn.:

KER/093/21

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

- **Małgorzata Rokita - Przewodnicząca;**
- **Elżbieta Kondziola – członkini;**
- **Jacek Pawlak – członek;**

na posiedzeniu w dniu 27 lipca 2021 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/093/21, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez Konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „**Skarżący**”), przeciwko P.P.H. DARCHEM w miejscowości Mogilno (dalej „**Skarżony**”), w sprawie dotyczącej podpałki FLAMBIT

postanawia

skargę uwzględnić.

Uzasadnienie

W przedmiotowej sprawie Zespół Orzekający uznał, iż wykorzystywanie prefiksów „bio” i „eko” budzi u konsumentów jednoznaczne skojarzenia i może przez nich zostać uznane za synonimy. Skoro więc prefiks „eko” jest utożsamiany z domniemaną ekologicznością oferowanego produktu. Aby uznać dany produkt za produkt ekologiczny oferujący musi móc wykazać, iż jest on co najmniej w nieznacznym stopniu szkodliwy dla środowiska.

Zespół Orzekający nie wymaga przy tym od producentów, aby byli oni zupełnie neutralni pod względem generowanych w toku swoich działań produkcyjnych emisji, jednakże pragnie zwrócić uwagę na konieczność niesugerowania nierzeczywistych stanów faktycznych – np. domniemania całkowitej ekologiczności – potencjalnym konsumentom. Należy wskazać, iż takie działanie może prowadzić do mylnego odbioru przekazu przez konsumentów oraz zachęcać ich do zakupu produktu, który mogą uznawać za w pełni ekologiczny lub przyjazny środowisku.



Zespół Orzekający pragnie również wskazać, iż sam fakt, iż oferowany produkt jest naturalny nie sprawia, że jest on ekologiczny i może być opisywany prefiksem „eko” lub „bio” w przekazie reklamowym.

Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne

W swojej skardze Skarżący podniósł, iż w jego ocenie wprowadzanie w błąd polega na tym, że używa się niewłaściwie określenia BIO do reklamy produktu, który nie jest BIO. W ocenie Skarżącego jest to podpałka do rozpalania węgla, drzewa, co samo w sobie jest szkodliwe dla środowiska. Jak podkreślił Skarżący, konsument może myśleć, że kupując podpałkę BIO kupuje produkt przyjazny dla środowiska.

W swojej odpowiedzi na skargę, Skarżony podniósł z kolei, iż podpałka FLAMBIT produkowana z alkoholu etylowego może w pełni posługiwać się nazwą BIO, ponieważ jest sama w sobie nieszkodliwa dla środowiska a przede wszystkim produkowana z alkoholu etylowego (bioetanolu), który jak sama nazwa wskazuje jest BIO. Skarżący podał, iż według dostępnych dla niego źródeł, bioetanol (alkohol rolniczy) — odwodniony (< 1% wody) alkohol etylowy (etanol) otrzymywany z biomasy (jako odnawialnego źródła węgla) lub z biodegradowalnej części odpadów (papieru, płyt drewnianych, itp.). Skarżony wskazał, iż w związku z powyższym nie widzi żadnej zasadności w skardze KER/093/21 oraz uznaje produkt BIO- Podpałka FLAMBIT za produkt BIO.

Zdania odrębne[i]

brak

[i]Jeśli zostały złożone.