



**Uchwała Nr ZO/081/21u  
z dnia 27 lipca 2021 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/095/21**

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/095/21, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez Konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „**Skarżący**”), przeciwko CCC S.A. z siedzibą w Polkowicach (dalej „**Skarżony**”), w sprawie dotyczącej kolekcji obuwia „GO FOR NATURE”

**postanawia**

**skargę oddalić.**

**Uzasadnienie**

W świetle ustaleń poczynionych w sprawie, Zespół Orzekający uznał za zasadne oddalenie skargi na kolekcję obuwia reklamowanego hasłem „GO FOR NATURE”. Zdaniem Zespołu Orzekającego kampania reklamowa kolekcji obuwia „GO FOR NATURE” powinna być traktowana jako element szerszej kampanii proekologicznej producenta. Ponieważ dotychczas nie ustalono sztywnej definicji ilościowej, co do tego, jaki faktyczny procent działań reklamodawcy muszą wynosić działania prośrodowiskowe, aby mogły legitymować się określeniami kojarzonymi z ekologią, należy uznać, iż fakt opublikowania przez Skarżonego raportu niefinansowego za rok 2020 [dostępnego pod adresem internetowym: <https://corporate.ccc.eu/raporty-csr>] wskazuje na całościowe zaangażowanie firmy w zrównoważony rozwój.



W ocenie Zespołu Orzekającego reklamodawca uprawdopodobnił w sposób wystarczający swoje działania zmierzające do propagowania działań proekologicznych, a kampania reklamowa dotycząca wskazanej linii obuwia wpisuje się w szerszą i spójną politykę firmy.

W świetle powyższego Zespół Orzekający, po zasięgnięciu dodatkowo zdania eksperckiej organizacji pozarządowej zajmującej się tematem ekologii, orzekł jak w petitum Uchwały.

### **Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne**

Skarżący w prawidłowo sformułowanej skardze zarzucił, iż w jego ocenie komunikacja i reklama CCC to przykład typowej [cyt.] ekościemy. Skarżący ponadto wskazał, iż w jego ocenie nie ma podanych źródeł oraz przykładów optymalizacji zużycia wody i energii. W ocenie Skarżącego, na stronie internetowej, która pełni funkcję reklamy, można podać odnośniki, przypisy, źródła. Zdaniem Skarżącego, CCC nie należy do LWG, nie jest [ich] członkiem, a pomimo to używa ich logo. Skarżący kwestionował również pochodzenie dalszej części kolekcji obuwia, wskazując, iż w jego ocenie znacząca część produktów nie spełnia wymogów odpowiedzialnego ekologicznie biznesu, a jedynie część kolekcji, która stanowi niewielką część całej produkcji, i którą w ocenie Skarżącego wątpliwie można zaliczyć do biznesu odpowiedzialnego ekologicznie.

W ocenie Skarżącego Skarżony nie podał Kodeksu postępowania dla dostawców, nie pokazał również, jak weryfikuje przestrzeganie kodeksu ani nie udostępnił pełnej listy dostawców – przez co nie można ich zweryfikować, czy faktycznie mają certyfikaty i czy ich działania produkcyjne są neutralne dla środowiska.

Skarżący w skardze wskazał ponadto, iż nie ma możliwości zweryfikowania twierdzeń reklamodawcy dot. produkcji PU – gdyż nigdzie na stronie nie odnalazł odnośnika do, jakie to fabryki, gdzie są zlokalizowane, i jako konsument nie ma możliwości tego sprawdzić.

W ocenie Skarżącego, CCC wprowadza w błąd, stosuje [cyt.] ekościemę, nie dostarcza rzetelnych informacji, bazuje na naiwności i niewiedzy konsumentów.

W odpowiedzi na powyższe zarzuty Skarżony wskazał, iż skarżony przekaz dotyczy jedynie części kolekcji. Odnosząc się do szczegółów podniesionych przez Skarżącego, Skarżony wskazał, iż certyfikaty LWG nie oznaczają, że to reklamodawca produkuje w taki sposób obuwie, ale że certyfikowane są w ten sposób podmioty będące kontrahentami reklamodawcy lub kontrahentami dostawców reklamodawcy.

Same informacje dotyczące kryteriów przyznawania certyfikatów LWG są jawne i dostępne pod adresem internetowym <https://www.leatherworkinggroup.com>, reklamodawca nie uznał więc za zasadne wskazywanie ich ponownie na swojej stronie internetowej. Informacje dotyczące konkretnych



podmiotów współpracujących z reklamodawcą są z kolei objęte tajemnicą przedsiębiorstwa, natomiast sama baza firm objętych certyfikacją Leather Working Group jest również dostępna na ww. stronie internetowej.

Skarżony wskazał ponadto, iż Kodeks postępowania dostawców jest dostępny na jego stronie internetowej <https://www.corporate.ccc.eu/launch-dostaw-1>. Na stronie dostępna jest również lista dostawców.

Reklamodawca wskazał również na szereg innych, kompleksowych działań firmy na rzecz zwiększenia ochrony środowiska naturalnego.

**Zdania odrębne[i]**

**brak**

---

[i]Jeśli zostały złożone.