



Uchwała Nr ZO/104/21u  
z dnia 13 października 2021 r.  
Zespołu Orzekającego  
w połączonych sprawach o sygn.:  
KER/137/21, KER/138/21, KER/139/2

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

- Olaf Krynicki – przewodniczący;
- Wojciech Piwocki – członek;
- Maciej Lissowski – członek;

na posiedzeniu w dniu 13 października 2021 r., po rozpatrzeniu połączonych skarg o sygnaturach akt KER/137/21, KER/138/21, KER/139/21 złożonych na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „Skarżący”), przeciwko Węgło Smyk Sp. z o.o. z siedzibą w Mysłowicach (dalej „Skarżony”), w sprawie dotyczącej reklamy internetowej

**postanawia**

**skargę uwzględnić.**

**Uzasadnienie**

Zespół Orzekający po dokonaniu analizy materiału dowodowego w sprawie uznał, iż reklamodawca dopuścił się naruszenia standardów przekazu reklamowego zawierającego informacje o charakterze ekologicznym w ten sposób, iż posłużył się nadużycia wizerunku dziecka w kontekście reklamy węgla. Zespół Orzekający uznał tego rodzaju działanie za bezzasadne oraz niepotrzebne oraz niezwiązane z przedmiotem przekazu reklamowego.

W ocenie Zespołu Orzekającego ponadto, dodanie w przekazie reklamowym przedrostku „eko” nie sprawia, iż produkty tak reklamowane stają się ekologiczne. Zespół Orzekający pragnie w związku z powyższym równocześnie 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[1], Zespół Orzekający KER pragnie wyrazić swoje zaniepokojenie w zakresie w jakim przedrostek „eko” wykorzystywany w sposób uniwersalny i nieomal dowolny, może doprowadzać do wprowadzanie konsumentów w błąd co do rzeczywistej ekologiczności kupowanego opału.



### Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne

Zespół Orzekający ustalił, iż Skarżący za wskazał, iż skarżona reklama cyt. *wprowadza w błąd i nadużywa zaufania odbiorcy, wykorzystuje jego niewiedzę poprzez przedstawianie opału węglowego jako ekologicznego*. Są już badania naukowe pokazujące, że węgiel i ekologia do pojęcia wzajemnie się wykluczające Ponadto, Skarżący uznał, iż skarżona reklama cyt. *nadużywa wizerunku dziecka – jest to niczym nieuzasadnione, aby pokazywać dziecko, w dodatku z rączkami ubrudzonymi węglem, dla reklamowania jednego z najbardziej szkodliwych produktów opałowych. Z hasłem Zadbaj o Swoje ognisko domowe jest wręcz to szkodliwy społecznie przekaz – manipuluje wizerunkiem dziecka, aby w sposób nieuczciwy wpłynąć na emocje konsumenta i pokazać węgiel jako coś bezpiecznego. Węgiel nie jest bezpieczny, a reklamowanie go z dzieckiem jest obrzydliwe*.

Zespół Orzekający dokonał analizy materiałów dostępnych na stronie internetowej Skarżonego i stwierdził obecność przekazu pokrywającego się z treściami opisanymi w skardze.

### Zdania odrębne

Brak