



**Uchwała Nr ZO/109/21o
z dnia 3 listopada 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/136/21**

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:

- **Maciej Korobacz – przewodniczący;**
- **Teresa Wierzbowska – członkini;**
- **Małgorzata Domaszewicz – członkini;**

DO

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

Centrum Ogrzewania Kamar Sp. z o.o. z siedzibą w miejscowości Gaj, zwany dalej „Reklamodawcą”.

OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumentckimi, 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/136/21. Przedmiotem skargi była reklama internetowa.



Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż w przekazie reklamowym dopuszczono się wykorzystania przedrostka „eko” w takiej formie, która potencjalnie może wprowadzić konsumentów w błąd odnośnie tego, czy opał, który kupują jest w istocie opałem przyjaźniejszym dla środowiska.

Zespół Orzekający zważył co następuje:

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

Po dokonaniu dogłębnej analizy materiału dowodowego w sprawie, Zespół Orzekający doszedł do wniosku, iż skarga zasługuje na oddalenie ze względu na fakt korzystania przez reklamodawcę z nazewnictwa prawnie dopuszczalnego.

Zespół Orzekający pragnie jednak równocześnie podkreślić, iż w świetle licznych danych, które wskazują na szkodliwość ekogroszku, w tym z powodu przekraczania norm emisyjności podczas jego spalania, Zespół Orzekający KER pragnie wyrazić swoje zaniepokojenie z powodu wykorzystywania przedrostka „eko” w sposób uniwersalny i nieomal dowolny, co może doprowadzać do wprowadzania konsumentów w błąd co do rzeczywistej nieszkodliwości tego opału dla środowiska.

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kierowanie ich do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy w sposób wskazany na naszej stronie internetowej 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 Zespół ocenił przedmiotową reklamę, jak w osnowie niniejszej Uchwały.

Zdania odrębne

Brak.