



**Uchwała Nr ZO/122/21u
z dnia 24 listopada 2021 r.
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/134/21**

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

- **Beata Ptaszyńska-Jedynak – Przewodnicząca;**
- **Jaromir Sroga – członek;**
- **Piotr Wasilewski – członek;**

na posiedzeniu w dniu 24 listopada 2021 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/134/21 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „Skarżący”), przeciwko **MMH ECO-PAL Maciej Piotrowski i Wspólnicy Sp. j.** z siedzibą w Damastawku (dalej „Skarżony”), w sprawie dotyczącej reklamy internetowej opału do kominków i gastronomii

postanawia

skargę uwzględnić.

Uzasadnienie

Zespół Orzekający w przedmiotowej sprawie podjął decyzję o uwzględnieniu skargi, zważywszy na fakt, iż wykorzystanie pojęcia „opał ekologiczny” może w ocenie Zespołu wprowadzać potencjalnych konsumentów w błąd co do faktycznych właściwości oferowanego przez reklamodawcę produktu.

Zespół Orzekający pragnie podkreślić, iż nie dokonuje oceny właściwości samego produktu, ale przekazu reklamowego, który może być uznany za np. obietnicę przyczynienia się przez konsumenta do działań na rzecz ochrony środowiska, gdy w istocie nadal będzie on emitował szkodliwe dla środowiska substancje, korzystając z oferowanego produktu.

Zdaniem Zespołu Orzekającego, sformułowanie, iż opał jest w 100% ekologiczny jest problematyczne. Zespół orzekający zachęca do korzystania z form mniej kategoriycznych np. wskazujących na to, iż oferowany produkt może być oceniony jako bardziej przyjazny dla środowiska niż opały tradycyjne.



Zespół Orzekający docenia przy tym wszelkie proekologiczne działania reklamodawcy, aczkolwiek pragnie ponadto zachęcić do wykorzystania w przyszłości możliwości mechanizmu copy-advice.

Stanowiska stron oraz dokonane w sprawie ustalenia faktyczne

Skarżący w przedmiotowej skardze wskazał, iż drewno, brykiet i biomasa to cyt. *nie jest opał ekologiczny. Jest to opał emitujący pyły zawieszone, a więc jest to opał zanieczyszczający środowisko.*

Tym samym wskazał na możliwość wprowadzenia potencjalnych konsumentów w błąd co do przekazywanych przez reklamodawcę informacji o charakterze ekologicznym (art. 8, 34, 35, 37, 38 KER).

Skarżony podważył konkretność sformułowanego zarzutu, wskazując, iż Skarżący nie wskazał dokładnie o jaki produkt chodzi w skardze i w jaki konkretnie sposób miałby nie być „ekologiczny”. Skarżący wskazał, iż oferowany przez niego produkt nie emituje pyłów zawieszonych, może je emitować jedynie palenisko, ale nie reklamowany produkt.

Zdania odrębne¹

brak

¹ Jeśli zostały złożone.