



Uchwała Nr ZO/153/21o

z dnia 22 grudnia 2021 r.

Zespołu Orzekającego

w sprawie o sygn.:

KER/133/21

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:

- **Teresa Wierzbowska - Przewodnicząca;**
- **Małgorzata Domaszewicz – Członkini;**
- **Maciej Korobacz - Członek;**

DO

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

PolBioEco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie, zwany dalej „Reklamodawcą”

OPINIA – OCENA PRZEKAZU REKLAMOWEGO

Działając w interesie publicznym i w zakresie doświadczeń wyniesionych ze współpracy z organizacjami konsumentkimi, 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/133/21. Przedmiotem skargi była reklama materiału służącego na opał w formie brykietu.

Skarżący w prawidłowo złożonej skardze poinformował, iż jego zdaniem doszło do naruszenia standardów wynikających z Kodeksu Etyki Reklamy poprzez wprowadzenie potencjalnego konsumenta w błąd odnośnie prezentowanych informacji o charakterze ekologicznym. Zdaniem Skarżącego



Reklama wprowadza w błąd w zakresie, w jakim stosuje zielone napisy, nazwę „Natura”, wyeksponowane słowo EKO na opakowaniu oraz ikonę w prawym dolnym rogu opakowania, która zdaniem Skarżącego ma sugerować ochronę 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

W ocenie Zespołu Orzekającego w przedmiotowej sprawie doszło do naruszenia standardów tworzenia przekazu reklamowego wykorzystującego informacje o charakterze ekologicznym.

Zespół Orzekający pragnie podkreślić, iż zasięgnął w przedmiotowej sprawie opinii eksperckiej, przygotowanej przez organizację pozarządową Client Earth. W ramach analizy poświęconej wpływowi biomasy na środowisko ustalono, iż w porównaniu z paliwami kopalnymi, biomasę cechuje mniejsza gęstość energetyczna, większa wilgoć oraz mniejsza zawartość wodoru, wobec czego jej spalanie – co do zasady – emituje więcej gazów cieplarnianych na jednostkę wytworzonej energii niż spalanie węgla czy gazu.

Ponadto, znaczące emisje gazów cieplarnianych związane ze spalaniem biomasy wynikają z procesów zaledwie pośrednio związanych z produkcją energii, takich jak wycinanie drzew oraz ewentualna degradacja ziemi, a także przetwarzanie, transport, składowanie oraz dystrybucja paliwa.

W opinii przedstawionej Zespołowi Orzekającemu wskazano ponadto, iż spalanie biomasy zanieczyszcza także powietrze. Dym powstający podczas domowego spalania drewna i odpadów z obróbki drewna (takich jak np. brykiet drzewny) jest znaczącym czynnikiem przyczyniającym się do stężenia pyłu zawieszonego w atmosferze (PM 2.5). Głównymi produktami spalania drewna i odpadów drzewnych są węgiel pierwiastkowy (czarny) i materia organiczna, co powoduje porównywalną, a czasem wyższą emisję cząstek stałych niż spalanie węgla.

W świetle powyższych ustaleń Zespół Orzekający zdecydował się uznać wykorzystanie przez reklamodawcę pojęć sugerujących ekologiczność reklamowanego produktu za znaczne nadużycie.

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**