



**Uchwała Nr ZO/036/22u  
z dnia 19 kwietnia 2022 r.  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/007/22**

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

- **Wojciech Piwocki - Przewodniczący;**
- **Marcin Korobacz - Członek;**
- **Marcin Kozłowski – Członek;**

na posiedzeniu w dniu 19 kwietnia 2022 r., po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/007/22, złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, przez konsumenta (bliższe dane w aktach sprawy) (dalej „Skarżący”), przeciwko **NTFY Jeżak Rabiej Spółka Komandytowo-Akcyjna**. z siedzibą w Warszawie (dalej „Skarżony”), w sprawie dotyczącej reklamy działań proekologicznych związanych z ochroną pszczół prowadzonych przez Skarżonego

**postanawia**

**skargę oddalić.**

**Uzasadnienie**

Zespół orzekający po dokonaniu analizy materiału w przedmiotowej sprawie stwierdził brak ogólnego konsensusu naukowego i eksperckiego w zakresie tematycznym skargi, który rozwiązałby wszelkie wątpliwości na niekorzyść Skarżonego. Jednocześnie Skarżony dochował wymaganej staranności, organizując swój program we współpracy z ekspertami pszczelarstwa. W ocenie Zespołu Orzekającego należy ponadto podkreślić, iż po wszelkie szczegóły Skarżony odsyła w przekazie reklamowym do dalszych profili i konkretnych stron www.

Sama akcja z kolei jest kontrolowana przez fachowców, miejsca na ule są wyselekcjonowane (w rozumieniu Zespołu Orzekającego stawiane tam, gdzie brakuje zapylaczy), a skala jest kameralna: mowa jest bowiem tylko o 4 postawionych pasiekach, w każdej po 5 uli.



Oprócz stawianych uli przewidziano także wysianie łąk kwietnych dla dzikich zapylaczy jako dopełnienie programu.

Skarżony ponadto powierzył swoje działania dot. pszczół Pszczelarium <https://pszczelarium.pl/pages/o-nas>, a więc grupie osób zawodowo trudniących się taką działalnością, deklaruje: „stawiamy pasieki tam, gdzie do tej pory brakowało zapylaczy”.

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

Według Skarżącego reklama podaje błędne informacje o charakterze ekologicznym, chcąc wypromować swój wizerunek na działaniach mających na celu ochronę pszczół.

Skarżony nie zgodził się z argumentacją Skarżącego, wskazując, iż podejmowane przez niego działania mają na celu jak najszerzą ochronę zarówno pszczół miodnych, jak i dzikich (leśnych) występujących w naturalnym środowisku. Zdaniem Skarżonego, skoro pszczoła miodna pozostaje naturalnie występującym w Polsce owadem, nie sposób uznać, iż jej ochrona lub wspierania może doprowadzić do zagrożenia występowania innych pszczół zapylaczy. W swoich działaniach Skarżony podkreśla stałą obecność eksperckich konsultacji.

### **Zdania odrębne**

Brak