



**Uchwała Nr ZO/137/23u
z dnia 29 listopada 2023 roku
Zespołu Orzekającego
w sprawie o sygn.:
KER/143/23**

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

- **Sylwia Jedyńska – członkini**
- **Wojciech Piwocki - przewodniczący**
- **Dawid Kryszczyński - członek**

na posiedzeniu w dniu 29 listopada 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/143/23 złożonej na podstawie pkt. 12 Regulaminu Rozpatrywania Skarg przez konsumenta (dane w aktach sprawy) przeciwko PGE Polska Grupa Energetyczna S.A. z siedzibą w Lublinie, w sprawie dotyczącej kampanii środowiskowej Skarżonej,

postanawia

skargę uwzględnić.

Uzasadnienie

W skardze skierowanej do Komisji Etyki Reklamy (dalej także: „KER”) konsument (dalej także: „Skarżący”) wskazał, że PGE Polska Grupa Energetyczna S.A. z siedzibą w Lublinie (dalej także: „Skarżona”) stosowała reklamę wizerunkową w postach sponsorowanych przekierowujących na stronę internetową Skarżonej.

Zgodnie ze skargą:

Prowadzimy w zielonej zmianie. Obronimy Turów za wszelką cenę.

Grupa PGE prowadzi działania ze wszech miar szkodliwe społecznie, szkodliwe informacyjnie i bez poczucia odpowiedzialności społecznej.

Z jednej strony chce przekonać Polaków, że jest zieloną firmą

<https://www.gkpgc.pl/>

Z drugiej za wszelką cenę promuje jedną z najbardziej szkodliwych i trujących dla środowiska kopalń –

<https://twitter.com/i/status/1672096974915371008> jest właścicielem Turowa i Bełchatowa – największych trucielei (jeśli tak to można nazwać) w Europie. Reklama obronimy Turów za wszelką cenę została umieszczona na głównej stronie grupy. Obok przekazu – Prowadzimy w zielonej zmianie.



A czym jest kopalnia Turów <https://stopturow.com/pl/o-turowie/elektrownia-turow> Kogo okłamuje w reklamach i dlaczego PGE? Polaków? siebie? Czym się kieruje ten gigant? Własnym zyskiem za wszelką cenę. Więc prowadzą w zielonej zmianie, jednocześnie degradowując środowisko i trując go na skalę największą w Europie? Za wszelką cenę?

Gdzie jest odpowiedzialność społeczna, środowiskowa. Jak kampania Turów wpisuje się w zieloną transformację, w której rzekomo PGE prowadzi. Gdzie jest kłamstwo? I dlaczego lokalne społeczności i cała Polska jest tego ofiarą. PGE – oszukuje, manipuluje, ściemnia.

Przekaz został zakwalifikowany jako potencjalnie naruszający zasady etyki reklamy w zakresie wskazanym art. 8, art. 10 ust. 1 lit. a, art. 10 ust. 2, art. 33, art. 39 - 40 Kodeksu Etyki Reklamy.

Art. 8

Reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy.

Art. 10 ust. 1 lit. a

Ponadto reklamy nie mogą wprowadzać w błąd jej odbiorców, w szczególności w odniesieniu do istotnych cech, w tym właściwości, składu, metody, daty produkcji, przydatności, ilości, pochodzenia (w tym geograficznego) reklamowanego produktu.

Art. 10 ust.2

Użyte w reklamie dane oraz nieobjęte tym pojęciem w rozumieniu Kodeksu terminy naukowe, cytaty z publikacji technicznych lub naukowych muszą wskazywać źródło oraz nie mogą być używane w sposób wprowadzający w błąd. Dane muszą być prezentowane w sposób poprawny metodologicznie. Prezentacja danych statystycznych, musi w szczególności uwzględniać reguły wnioskowania, statystycznego, w tym zjawiska błędu statystycznego.

Art. 33

Reklamy środowiskowe nie mogą naruszać społecznego zaufania do działań podejmowanych na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Przekaz reklamy środowiskowej nie może być niezgodny ze stanem faktycznym, niemierzalny lub niemożliwy do zweryfikowania.

Art. 39

Ogólna prezentacja przedmiotu reklamy środowiskowej, poszczególne jej elementy oraz informacje dotyczące jej przedmiotu nie mogą wprowadzać w błąd co do istnienia korzyści środowiskowych dotyczących tego przedmiotu.

Art. 40

Reklamy środowiskowe, w tym w szczególności użyte w nich sformułowania odnoszące się do wpływu na środowisko, powinny być uzasadnione w sposób zrozumiały dla odbiorcy. Uzasadnienie powinno



opierać się na weryfikowalnych dowodach, uwzględniających stan wiedzy, w tym w szczególności wiedzy naukowej lub specjalistycznej, w przedmiocie istotnym dla reklamy w dacie jej emisji.

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie w korespondencji z dnia 13 listopada 2023 r. i wyraziła wolę uczestnictwa w postępowaniu przed KER.

Zdaniem Skarżonej skarga na reklamę „Prowadzimy w zielonej zmianie”, „Obronimy Turów za wszelką cenę” jest bezzasadna. Przekazy zawierają pewne skrótów i uproszczenia, co często ma związek z ograniczony czasem emisji lub formatem baniera reklamowego.

Skarżona nie zgadza się ze stwierdzeniem Skarżącego, że jej działania są szkodliwe społecznie, informacyjnie i prowadzone bez poczucia odpowiedzialności. Podkreśla wysokość swojego udziału rynkowego w produkcji OZE. Grupa PGE jest liderem OZE w Polsce i największym producentem energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych z rynkowym udziałem ok. 7%.

W najbliższych latach kontynuowany ma być program budowy mocy w elektrowniach wiatrowych na lądzie i elektrowni fotowoltaicznych. W dziale ciepłownictwa Grupa stawia na transformację w kierunku systemów nisko i zeroemisyjnych, jednocześnie promując przyłączenia do sieci indywidualnych źródeł ciepła lub ich wymiany na źródła przyjazne dla środowiska.

Skarżona ma świadomość wpływu produkcji energii elektrycznej i ciepła z paliw kopalnych na środowisko naturalne, dlatego duża część jej działalności koncentruje się na minimalizowaniu powyższego wpływu.

W kwestii negatywnego wpływu Kopalni Turów na środowisko Skarżona podejmuje szereg działań w celu minimalizacji negatywnych skutków jej działalności. Do tej pory kopalnia przeznaczyła 42 mln zł na realizację zapisów, czego efektem jest szereg inwestycji proekologicznych. W ramach uzgodnień miały miejsce m.in spotkania ze stroną czeską i niemiecką.

Inwestycje prośrodowiskowe prowadzone są w kilku obszarach - ochrona wód, ochrona przed hałasem, ochrona powietrza, rekultywacja, nowoczesne technologie dla ochrony środowiska.

Kopalnia Turów pozostaje jednak jednym z najważniejszych źródeł energii w Polsce. Kompleks odpowiada za 8 % krajowej produkcji energii, co oznacza, że prąd z Turowa płynie do co dziesiątego polskiego gniazdka. Kopalnia i Elektrownia pozostają również największymi pracodawcami w regionie.

Rzeczony przekazy reklamowe, nie zawierają, zdaniem Skarżonej, twierdzeń wprowadzających w błąd, wyrażen manipulacyjnych i oszukujących. Mają charakter informacyjny. Przekaz zawarty w reklamie „Prowadzimy w zielonej zmianie” jest spójny ze Strategią Grupy PGE do 2030, której jednym z założeń jest neutralność klimatyczna do 2050 r.



Działania na rzecz neutralności opierają się na poprawie efektywności energetycznej własnych lokalizacji, inwestycji we własne instalacje OZE, zakupie zielonego prądu oraz inwestycjach w działania kompensacyjne.

Skarżona wniosła o oddalenie skargi z uwagi na jej bezzasadność i brak naruszenia artykułów Kodeksu Etyki Reklamy.

Zespół Orzekający zważył, co następuje.

W ocenie Zespołu Orzekającego skarżony przekaz narusza zasady etyki wyrażone w Kodeksie Etyki Reklamy.

Zdaniem KER hasło reklamowe kampanii środowiskowej „Prowadzimy w zielonej zmianie” wprowadza odbiorcę w błąd i nadużywa jego zaufania. Pomimo największego udziału procentowego Grupy PGE w produkcji odnawialnych źródeł energii, biorąc pod uwagę całą działalność Grupy, odsetek OZE to zaledwie niewielki procent. 51% energii produkowanej przez Skarżoną w roku 2022 pochodziło z węgla kamiennego, 30% z węgla brunatnego, 7% - z gazu¹. Działalność Skarżonej jest zatem wciąż zdominowana przez źródła kopalne.

W kontekście kampanii „Obronimy Turów. Obronimy Polskę”, KER zwraca uwagę, że zgodnie raportem IPCC z 2022 r. i 2023 r.² kopalnie węglowe powinny zaprzestać swojej działalności do 2030 r. Tymczasem Turów ma działać do 2049 r., a wciąż toczą się procesy na poziomie krajowym i europejskim, które mają na celu zatrzymanie działalności, która jest szkodliwa dla środowiska. Należy mieć na uwadze, że elektrownia Turów jest jedną z elektrowni emitujących największą ilość CO₂ w Europie.

Powyższe tym bardziej przekonuje, że reklama „Prowadzimy w zielonej zmianie” jest nieuczciwa i jako taka niezgodna z przytoczonymi wyżej normami Kodeksu Etyki Reklamy, ponieważ fakt obrony Turowa – miejsca bardzo szkodliwego ekologicznie, samo w sobie budzi poważne wątpliwości z punktu widzenia etyki.

Mając na względzie powyższe, Zespół Orzekający, na podstawie art. 49 pkt c Regulaminu Rozpatrywania Skarg, postanowił skargę uwzględnić.

Zdania odrębne

Brak.

¹ <https://www.gkpge.pl/bip/struktura-paliw>

² <https://energia.rp.pl/transformacja-energetyczna/art18708291-ekolodzy-do-konca-dekady-turow-musi-przestac-dzialac>



Zgodnie z art. 59 Regulaminu Rozpatrywania Skarg, Strony mogą odwoływać się od Uchwały Zespołu Orzekającego w terminie dziesięciu dni roboczych od doręczenia Uchwały. Podstawę odwołania mogą stanowić wyłącznie nowe fakty i dowody, nieznane Zespołowi Orzekającemu w dacie podjęcia Uchwały, od której Strona wnosi odwołanie.