



**Uchwała Nr ZO/146/23u  
z dnia 13 grudnia 2023 roku  
Zespołu Orzekającego  
w sprawie o sygn.:  
KER/172/23**

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

- **Elżbieta Kondziola - członkini**
- **Olaf Krynicki - przewodniczący**
- **Jaromir Sroga - członek**

na posiedzeniu w dniu 13 grudnia 2023 roku, po rozpatrzeniu skargi o sygnaturze akt KER/172/23 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 Skarżonej,

**postanawia**

**skargę odrzucić.**

**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 szkodliwą społecznie i wprowadzającą odbiorcę w błąd.

Zgodnie ze skargą:

*Obronimy Turów za wszelką cenę.*

*Jest to wysoce niemoralne prowadzić kampanię z hasłem "za wszelką cenę". Tu w rejonie Turowa nie da się żyć. Tereny są zniszczone i zanieczyszczone. Powszechna dewastacja za wszelką cenę zamiast programu sensownej przebudowy lokalnej gospodarki. Ta sama firma na banerze obok twierdzi że prowadzi w zielonej zmianie. O większe kłamstwo trudno. Widać to w Turowie. Truciciel PLUS zazieleniający swój image.*

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 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.*

Skarżona, w odpowiedzi na zawiadomienie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, przedstawiła stanowisko w sprawie w korespondencji z dnia 5 grudnia 2023 r.

Zdaniem Skarżonej skarga na reklamę „Prowadzimy w zielonej zmianie”, „Obronimy Turów za wszelką cenę” jest bezzasadna. Przekazy zawierają pewne skróty i uproszczenia, co często ma związek z ograniczony czasem emisji lub formatem banera 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 przekaz reklamowy, nie zawierając, 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.

### **Zespół Orzekający wskazuje, co następuje.**

Skarżony przekaz zostaje odrzucony ze względów formalnych na podstawie art. 49 lit. a Regulaminu Rozpatrywania Skarg. Kampania odwołuje się do elementów politycznych, które nie podlegają kognicji KER.

Na marginesie, Zespół Orzekający nie dopatrył się w skarżonym przekazie sformułowania „za wszelką cenę”, na które wskazuje Skarżący.

Skład Orzekający wskazuje, że w przedmiocie aspektów środowiskowych rzeczony przekaz Komisja Etyki Reklamy podjęła uchwałę w dniu 29 listopada 2023 r. (skarga o sygn. akt 143/23).

### **Zdania odrębne**

Brak.

*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, nieznanne Zespołowi Orzekającemu w dacie podjęcia Uchwały, od której Strona wnosi odwołanie.*