

Tiesībsargs pārmet uzņēmumam Fortum: "zaļās" reklāmas nav solis ceļā uz tīrāku gaisu

2022.gada 2.septembrī

Somijas ombuds Katri Vānenens ir izteica pārmetumus uzņēmumam Fortum par televīzijas reklāmu, kas radīja maldinošu priekšstatu par uzņēmuma ietekmi uz vidi.

Saskaņā ar Patērētāju tiesību un konkurences iestādes (KKV) sniegto informāciju reklāmas klips "Äiti Maa" (angļu val. "Mother Earth") radīja vienpusēju un pārāk pozitīvu iespaidu par valstij lielākoties piederošā enerģētikas uzņēmuma darbības ietekmi uz vidi.

Reklāmā tika izmantotas tādas frāzes kā "ceļā uz tīrāku pasauli" un "tīra enerģija un otrreizēja pārstrāde", nesniedzot ne pamatotus pierādījumus apgalvojumiem, ne arī sīkāku informāciju par Fortum darbības principiem un klimata pasākumiem. Tādējādi reklāmas galvenais vēstījums un videi draudzīgs iespaids bija neskaidrs un vispārīgs, paziņoja KKV.

"Reklāmas apgalvojums ir neskaidrs labākas nākotnes solījums, kas atstāj pozitīvu iespaidu, bet nesniedz patērētājiem reālu informāciju, kas atbalstītu videi draudzīgu izvēli," teica Väänänen.

KKV trešdien paziņojumā presei atgādināja, ka ir aizliegts mārketingā sniegt neprecīzu vai maldinošu informāciju. Tā uzsvēra, ka šis noteikums attiecas arī uz vides aizsardzības apgalvojumiem, kuriem jābūt skaidriem, precīziem un saprotamiem un pamatotiem ar pierādījumiem.

Gan KKV, gan Eiropas Komisija ir noteikusi principus attiecībā uz vides tirgvedību.

Fortum ir apņēmies ievērot tiesībsarga prasības neizmantojot vispārīgus apgalvojumus un neveidot iespaidu par videi draudzīgumu, tajā pašā kontekstā skaidri nenorādot, uz kādiem konkrētiem faktoriem šis iespaids ir balstīts. Uzņēmums arī apņēmās mārketingā neizmantojot

nekādus uz nākotni vērstus apgalvojumus par savas darbības ietekmi uz vidi, kurus tas nevar pamatot kampaņas laikā.

Mārketinga kampaņa, kas ietvēra maldinošo reklāmu, jau ir beigusies, un reklāma ir arī izņemta no Fortum tīmekļa vietnes.

Autors: Aleksu Teivainen – The Helsinki Times