



národní
úložiště
šedé
literatury

Vlastní environmentální tvrzení aneb férová ekoreklama v praxi

CENIA, česká informační agentura životního prostředí
2010

Dostupný z <http://www.nusl.cz/ntk/nusl-361846>

Dílo je chráněno podle autorského zákona č. 121/2000 Sb.

Tento dokument byl stažen z Národního úložiště šedé literatury (NUŠL).

Datum stažení: 21.10.2017

Další dokumenty můžete najít prostřednictvím vyhledávacího rozhraní nusl.cz .



VLASTNÍ ENVIRONMENTÁLNÍ TVRZENÍ

aneb

férová ekoreklama v praxi



**VLASTNÍ ENVIRONMENTÁLNÍ TVRZENÍ
aneb férová ekoreklama v praxi**

Autor: Pavel Hrubý

Spolupracovali: Helena Benešová (CENIA), Eva Branišová (CENIA), Lenka Olivová (CENIA), Lenka Pátková (CENIA), Jan Prášek (CENIA)

Překlad z angličtiny: Lucie Krágllová

Oponent: Zdeněk Suchánek (CENIA)

Grafický design a sazba: PROXIMA STUDIO, spol. s r.o., Velehradská 19, 130 00 Praha 3

Tisk: GZH, s.r.o., Čapkova 284, 549 31 Hronov

Vydala:

CENIA, česká informační agentura životního prostředí

Litevská 8, 100 05 Praha 10

www.cenia.cz, info@cenia.cz

Vydání: první

© 2010, CENIA, česká informační agentura životního prostředí

ISBN 978-80-85087-86-4

OBSAH

Úvod	7
Vlastní environmentální tvrzení	8
Hlavní zásady	9
Obecné pokyny pro všechna vlastní environmentální tvrzení	10
Používání grafických symbolů	15
Používání srovnávacích tvrzení	17
Pokyny pro specifická environmentální tvrzení	19
Kompostovatelný	19
Degradovatelný	20
Konstruováno pro snadnější rozebíratelnost	20
Prodloužená životnost výrobku	21
Znovuzískaná energie	21
Recyklovatelný	21
Obsah recyklovaného materiálu	22
Snížená spotřeba energie	23
Snížená spotřeba vody	23
Snížené využití zdrojů	24
Opakovaně použitelný a opakovaně naplnitelný	24
Snížené množství odpadu	25
Pokyny pro hodnocení environmentálních tvrzení	26
Zajištění přístupu k informacím o vlastním tvrzení	27
Jak vlastní tvrzení vytvořit, registrovat a získat z něj maximální užitek	28
Ověřování vlastních environmentálních tvrzení	30
Regulace reklamy v ČR a sankce při porušování zmíněných zásad	32
Definice	36
Bibliografie a odkazy	39



The main body of the page is a solid, light green color, providing a clean and minimalist background for any text or graphics that might be placed here.



MOTTO:

Mají vůbec spotřebitelé starost o životní prostředí? Mají! Ale od starostí o životní prostředí k ekologicky šetrnému nakupování je ještě pěkně daleko. Aby se tahle mezera zacelila, musí firmy efektivně komunikovat se zákazníky a zajistit, aby se jejich sdělením a marketingu směrem ke spotřebitelům nedalo nic vytknout.

Joel Makower, šéfredaktor magazínu GreenBiz.com



The main body of the page is a solid, light green color, providing a clean and minimalist background for any text or graphics that might be placed here.

ÚVOD

Čeští spotřebitelé jsou stále více připraveni nakupovat zboží a služby, které mají nižší dopad na životní prostředí. Mnozí výrobci, poskytovatelé služeb a reklamní průmysl si tento trend uvědomují, a proto se snaží přitáhnout zákazníky tím, že zdůrazní přínos svých výrobků či služeb pro životní prostředí. Jedním z nástrojů informování o environmentální kvalitě zboží a služeb je **vlastní environmentální tvrzení**. Současně s tím ale stoupá riziko klamání spotřebitelů, protože mnoho takových tvrzení je nejasných a jejich pravdivost může běžný spotřebitel jen obtížně ověřit. Proto CENIA, česká informační agentura životního prostředí vydává tuto příručku s cílem pomoci tato tvrzení využívat efektivně a důvěryhodně.

Environmentální tvrzení jsou „nástrojem“, jehož prostřednictvím výrobci prezentují přednosti svého zboží a služeb ve vztahu k životnímu prostředí a který spotřebitelům poskytuje informace ovlivňující výběr nakupovaných produktů a využívaných služeb. Aby však taková tvrzení dobře propagovala výrobky a služby s nižšími dopady na životní prostředí, je naprosto nezbytné, aby byla jasná, pravdivá, specifická a nezavádějící. Zavádějící, lživá, nesmyslná nebo nejasná environmentální tvrzení způsobují ztrátu důvěry spotřebitelů v „ekologickou reklamu“ a značky vůbec, přispívají ke vzniku nekalé obchodní soutěže a vyhlášovatelé (firmy) jsou odrazováni od vyhlásování pravdivých tvrzení.

Používání jasných, pravdivých a náležitých environmentálních tvrzení na druhou stranu usnadní spotřebitelům rozhodnout se na základě sdělených informací, podpoří odbyt zboží a služeb s nižšími dopady na životní prostředí a vyloučí falešná, nejasná a zavádějící tvrzení. Zároveň ochrání poctivé vyhlášovatele před nekalou soutěží.

CENIA v rámci svého poslání firmám nabízí registraci důvěryhodných vlastních environmentálních tvrzení a jejich umístění ve veřejné databázi. Výchozím standardem jsou zásady dané mezinárodní normou ČSN ISO 14021, kterou Mezinárodní organizace pro normalizaci (ISO) vytvořila pro vlastní environmentální tvrzení.

Dokument poskytuje v souladu se zmíněnou normou návod jednotlivcům či organizacím, které chtějí vydat environmentální tvrzení o zboží nebo službě, nebo si přejí posoudit stávající tvrzení a zajistit jeho přijatelnost a věrohodnost. Má být pomůckou pro snadnější pochopení a zavedení zásad podle normy. Radí, jak použít sdělení, symboly a obrázky pro výrobky a služby. Zároveň tak usnadňuje cestu k výše zmíněné dobrovolné registraci vlastních environmentálních tvrzení u CENIA (podrobněji viz kapitola Ověřování vlastních environmentálních tvrzení).

Příručka není náhradkou normy. Pokud tedy hledáte o požadavcích více podrobností, doporučujeme vám opatřit si samotnou normu ČSN ISO 14021.

Podkladem pro vznik příručky je studie „Guidelines for Making and Assessing environmental Claims“ zpracovaná na zakázku Generálního ředitelství evropské komise pro ochranu zdraví a spotřebitelů španělskou organizací ECA, S.A., viz Bibliografie a odkazy.

VLASTNÍ ENVIRONMENTÁLNÍ TVRZENÍ

Vlastní environmentální tvrzení jsou prohlášení, značky nebo obrazy, které poukazují na nějaký prvek činnosti, výrobků nebo služeb organizace a které mohou ovlivňovat životní prostředí. Vlastní environmentální tvrzení je určitým druhem reklamy. Vztahuje se na výrobek, součástku nebo obal. Může mít podobu sdělení, značek nebo obrazců na výrobku nebo na obalu výrobku, v dokumentaci k výrobku, v technických bulletinech, v reklamě nebo propagaci, v telemarketingu, případně prostřednictvím digitálních nebo elektronických médií jako je internet. Vydat jej mohou výrobci, dovozci, distributoři, maloobchodníci nebo jakákoliv další osoba, která by pravděpodobně mohla mít z takového tvrzení prospěch. Parametry, respektive environmentální aspekty, které příznivost produktu k životnímu prostředí mají dokázat, si vybírá firma/vyhlašovatel sama. Tvrzení jsou tedy vyhlašována bez certifikace nezávislou třetí stranou.

Mezinárodní norma ČSN ISO 14021 specifikuje vydávání vlastních environmentálních tvrzení o zboží a službách. Stanoví obecné požadavky pro vlastní environmentální tvrzení (včetně používání symbolů), specifické požadavky pro vybraná tvrzení a požadavky pro hodnocení a ověřování věrohodnosti tvrzení.

Hodnocení environmentálních tvrzení, včetně výběru vhodných testovacích metod, stanovení postupů pro udržování, aktualizaci, nakládání a odkrývání environmentálních informací a zajištění všeobecné kvality vydávaných environmentálních tvrzení se může u organizací registrovaných v programu EMAS¹ řídit i podle požadavků nařízení EMAS. V tomto případě pomůže zajistit věrohodnost environmentálních informací systém ověřování třetí stranou. Zavedení programu EMAS však nezajišťuje, že budou splněny požadavky ČSN ISO 14021. Je nicméně zřejmé, že je-li součástí „environmentálního sdělení“ logo EMAS, musejí být také splněny některé požadavky uvedené v ČSN ISO 14021, konkrétně v odstavci 5.7.

1 Eco-Management and Audit Scheme (systém řízení a auditu z hlediska životního prostředí); viz www.cenia.cz/emas.

HLAVNÍ ZÁSADY PRO TVORBU VLASTNÍCH ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ

1	Vlastní environmentální tvrzení musí být přesná, ověřitelná, relevantní, doložitelná a nezavádějící.
2	Environmentální tvrzení musí být podloženo údaji získanými postupem, který je dostatečně důkladný a vyčerpávající a jehož výsledky jsou přesné, reprodukovatelné, aby dostatečně tvrzení podpořily.
3	Informace o postupu, metodice a všech kritériích použitých pro podporu environmentálních tvrzení, musí být veřejně dostupné nebo poskytnuty na vyžádání. ²
4	Formulace environmentálních tvrzení má brát v úvahu všechny náležité aspekty životního cyklu zboží či služeb, ačkoli není nezbytné provádět samotnou analýzu celého životního cyklu.

² Viz článek 6.5.2 normy ČSN ISO 14021.

OBEČNÉ POKYNY PRO VŠECHNA VLASTNÍ ENVIRONMENTÁLNÍ TVRZENÍ

1. Nevydávejte obecná tvrzení o přínosu pro životní prostředí nebo tvrzení o udržitelnosti.³

Tvrzení o obecném přínosu výrobku či služby pro životní prostředí jako „přátelský k životnímu prostředí“, „zelený“, „neznečišťující“, „přátelský k ozonu“, „bezpečný pro životní prostředí“, „přítel přírody“, „vyrobeno ekologicky“, „ekologický“ apod. jsou neurčitá a nespécifická. Nelze z nich tedy zjistit žádný konkrétní přínos pro životní prostředí.

Tvrzení jako „bio“, „bioprodukt“ nebo „ekologicky šetrný výrobek“ mohou být oprávněně použita pouze tehdy, pokud je výrobek certifikován jako produkt ekologického zemědělství příslušným akreditovaným certifikátorem, respektive pokud má ekoznačku Ekologicky šetrný výrobek (nebo jinou udělovanou podle normy ČSN ISO 14024) propůjčovanou Ministerstvem životního prostředí (podrobněji viz www.ekoznačka.cz).

Udržitelnost závisí na komplexním vlivu mnoha faktorů, které jsou stále předmětem výzkumu. V této době proto stále neexistují žádné definitivní metody pro její měření. Z toho důvodu jsou tvrzení o udržitelnosti příliš neurčitá a nemají být vydávána.

2. V případě, že by tvrzení mohlo být špatně interpretováno, eliminujte neurčitost tvrzení změnou stylizace textu, připojením vysvětlujícího prohlášení, použitím symbolů nebo jinými způsoby. Pokud je tvrzení stále zavádějící, nevyhlašujte jej!

V některých případech může pro odstranění neurčitosti tvrzení postačovat vysvětlující prohlášení, které je umístěno v jasné souvislosti s tvrzením.⁴

Příklad:

Výrobek ušetří energii ve srovnání s předchozím modelem. Je-li však pro dosažení této vlastnosti třeba použít speciální baterie od stejného výrobce, musí být tato podmínka sdělena spotřebiteli. Pouhé tvrzení „*Tato nová verze ušetří 20 % energie ve srovnání s verzí předchozí*“ je tudíž nedostatečné. Vhodné tvrzení je např.: „*Tato nová verze ušetří 20 % energie ve srovnání s naší předchozí verzí, použijete-li naši baterii xyz.*“

3 Tyto požadavky jsou uvedeny v kapitole 5.3 a 5.5 normy ČSN ISO 14021.

4 Požadavky na vysvětlující prohlášení jsou definovány v kapitole 5.6 normy ČSN ISO 1402.

Mezi běžné případy zavádějících tvrzení patří taková, u kterých není jasné, zda se odvolávají na celý výrobek či službu nebo jenom na jednu součást výrobku či obal. Chybné interpretace mohou vznikat kvůli stylizaci textu, velikosti písma nebo jeho pozici na výrobku nebo obalu.

Příklad:

Krabice obsahuje balení bílého papíru a je na ní vytištěno tvrzení „*vyrobena ze 100% recyklovaného materiálu*“; není tedy zcela jasné, zda se tvrzení týká krabice nebo papíru. Aby nedošlo k této záměně, bylo by vhodné vyjádření „*Tato krabice je vyrobena ze 100% recyklovaného materiálu.*“

Příklad:

Láhev od minerálky nese nápis, že jde o „*recyklovaný materiál*“. Ačkoli zátko láhve nebyla vyrobena z recyklovaného materiálu, očekává se, že spotřebitel pochopí, že tvrzení se týká pouze láhve a nebude uveden v omyl. Takovéto tvrzení je tedy platné.

Některá tvrzení, pokud opomíjejí důležitá fakta, mohou být zavádějící, i když jsou pravdivá.

Příklad:

V případě, že produkt nese tvrzení, že spotřebuje o 15 % méně energie než předchozí verze, aniž je zmíněno, že pro to, aby úspora energie byla skutečná, je třeba použít speciální baterii, je tvrzení neúplné, a proto zavádějící a není vhodné jej vyhlášovat.

3. Nevyhlašujte tvrzení, která jsou nepravdivá, nepřesná nebo která naznačují vlastnost prospěšnou ve vztahu k životnímu prostředí, které však ve skutečnosti neexistuje.

Falešná tvrzení, např. že zboží je recyklované, ačkoli není, nemají být vyhlášována. Při tvrzení, že výrobek neobsahuje škodlivou látku, jako jsou tvrzení typu „*bez...*“ (např. „*bez rozpouštědel*“, „*neobsahuje formaldehyd*“ apod.), nesmí koncentrace této látky přesahovat uznanou stopovou úroveň nebo úroveň pozadí (okolí).

Kvůli nepřesným tvrzením může spotřebitel získat dojem přínosu pro životní prostředí, který však nebude pro dané zboží či služby relevantní. Tvrzení typu „bez ...“ je například zavádějící, pokud se odkazuje na látky, které s daným zbožím nebo službami nebyly nikdy spojovány.

Příklad:

V případě, že se prohlašuje, že „*papír neobsahuje žádné tvrdé tropické dřevo*“, je toto tvrzení nevhodné, protože tvrdé tropické dřevo se při výrobě papíru nepoužívá. Průměrný spotřebitel může být uveden v omyl a bude se domnívat, že používání tvrdého tropického dřeva je v papírenském průmyslu běžné a že tento určitý výrobek nabízí přínos pro životní prostředí.

Tvrzení „bez...“ jsou také zavádějící v případech, kdy zmiňovaná látka bývala s výrobkem spojována, ale v současnosti už není.

Příklad:

Tvrzení, že deodorant je „*bez CFC*“ (freonů), je zavádějící, protože bez freonů jsou v současnosti všechny obdobné výrobky. Takové tvrzení by muselo být zdůvodněno, aby tak vyjádřilo pravdivý obsah přínosu produktu pro životní prostředí, např. „*Tak jako obdobné výrobky, ani tento produkt neobsahuje žádné CFC.*“ nebo „*bez CFC tak, jak vyžaduje zákon*“. Tvrzení „bez CFC“ by však bylo účelné, pokud by byl produkt prodáván v zemi, kde jsou CFC stále legální a v deodorantech se používají.

Dalším příkladem je tvrzení o přínosu pro životní prostředí, kterého nemůže být nikdy dosaženo s ohledem na původ výrobku, kvůli nedostatku zařízení nebo vnějších podmínek pro získání propagované výhody.

Příklad:

Polyethylenové pytle na odpady jsou technicky recyklovatelné. Když jsou ale použity k účelu, pro který jsou určeny, skončí na skládce. Propagovat určitou vlastnost výrobku, když je zřejmé, že se za běžných podmínek neuplatní, je klamavé. Jiná situace by byla v případě pytlů na odpady z materiálu, který se na skládce samovolně rozloží.

Jiná tvrzení mohou být teoreticky pravdivá, ale ve výsledku daný výrobek nebo služba žádný environmentální přínos nemá. Takové tvrzení může spotřebitele uvést v omyl.

Příklad:

Obal filtrů na kávu obsahuje následující tvrzení: „*Vyrobena bělicím procesem bez použití chloru.*“ Použitý bělicí proces však stále uvolňuje do prostředí významné množství jiných toxických látek. Ačkoli je tvrzení striktně pravdivé, přínos pro životní prostředí v konečném důsledku neexistuje, a toto tvrzení je proto zavádějící. Pro zajištění důvěryhodnosti musí tvrzení vyjadřovat následující: „*Vyrobena bělicím procesem, který méně znečišťuje životní prostředí než bělení s pomocí chloru.*“ Zároveň musí být doplněno údaji o tom, kterých polutantů (znečišťujících látek) se do životního prostředí dostává méně a o kolik, a jak se to projevuje v dopadu na životní prostředí.

4. Nevyhlašujte environmentální tvrzení, jejichž pravdivost nemůžete doložit.

Veškerá tvrzení musejí být vyhlášena na základě podpůrného důkazu, který lze ověřit. Je tedy nutné vybrat vhodnou testovací metodu a archivovat všechny informace, které jsou nezbytné pro doložení tvrzení, a zpřístupnit je. Další pokyny pro výběr metod a přístup k informacím jsou uvedeny níže (viz kapitola Zajištění přístupu k informacím). Pokud si přejete vydat tvrzení či přehodnotit tvrzení již vydané, odkazujeme vás na normu ČSN ISO 14021⁵, kde jsou uvedeny podrobné požadavky na dokládání věrohodnosti environmentálního tvrzení.

Příklad:

Tvrzení „*biologicky rozložitelný*“ na výrobku, který nebyl podroben testům dle uznaných postupů, je nepodložené tvrzení. Pokud bylo provedeno vhodné testování, ale není vytvořen dostupný důkaz, který by výsledky potvrdil, není tvrzení ověřitelné, a tudíž ani přijatelné.

5 Požadavky na hodnocení a ověření tvrzení jsou definovány v kapitole 6 normy ČSN ISO 14021.

5. Zajistěte aktualizací environmentálních tvrzení jejich stálou platnost.

Díky změnám, jako jsou nově přijaté právní předpisy, změny u konkurenčních výrobků a technologický pokrok, se mohou některá environmentální tvrzení stát irelevantními nebo dokonce zavádějícími. Všechna tvrzení musejí být pravidelně přezkoumávána a v případě potřeby opravena tak, aby nastalé změny byly zohledněny.

Příklad:

Tvrzení, že „výrobek neobsahuje škodlivou látku“, je zavádějící, pokud ani žádný jiný výrobek používaný pro daný účel tuto látku neobsahuje (viz příklad 3). Tvrdit, že detergent je „*biologicky rozložitelný*“, bylo vhodné, když biologicky nerozložitelné detergenty (čisticí prostředky) byly zákonem povoleny. Jestliže však podle aktuální právní normy musejí být všechny detergenty uváděné na trh biologicky rozložitelné, dříve vhodná prohlášení musejí být buď vynechána, nebo odůvodněna sdělením jako „*Biodegradabilní stejně jako obdobné produkty*“ nebo „*Biologicky rozložitelný dle požadavku zákona/vyhlášky*“.

POUŽÍVÁNÍ GRAFICKÝCH SYMBOLŮ

Symboly jsou při zdůrazňování přínosu produktů pro životní prostředí používány velmi často. V tomto smyslu jsou symboly samotné environmentálním tvrzením⁶. Proto zde uvádíme pokyny pro používání symbolů, včetně specifických pokynů pro používání Möbiovy smyčky⁷, aby jejich sdělení byla srozumitelná a věrohodná.

1. Pokud je v reklamě použit grafický symbol, přesvědčte se, že je jednoduchý a nevyvolává falešný dojem o vlastnostech zboží nebo služeb.

Příklad:

Obal hliníkové fólie má na sobě velkou Möbiovu smyčku se sdělením „30 %“, což znamená, že zboží obsahuje 30 % recyklovaného materiálu. Nemí však jasné, zda se symbol vztahuje k obalu nebo k hliníku obsaženému uvnitř krabice. Zvolí se buď vhodnější velikost a umístění značky, případně se menší symbol umístí na boku, což znamená, že se tvrzení vztahuje k obalu. Nebo se k symbolu připojí sdělení „recyklovaný karton“.

2. Nepoužívejte motivy přírodních objektů, pokud neexistuje přímé nebo ověřitelné spojení mezi vyobrazeným objektem a deklarovaným přínosem.

Motivy přírodních objektů jsou považovány za environmentální tvrzení, protože potenciální spotřebitel si může spojit daný objekt s environmentálním přínosem. Jsou-li použity, musí být snadno odlišitelné od jiných symbolů a mít jasnou souvislost s vydávaným tvrzením.

Möbiova smyčka

Nejčastěji používaným symbolem je v současnosti Möbiova smyčka⁸, která označuje recyklovatelnost nebo obsah recyklovaného materiálu v závislosti na tom, jak je použita. Smyčka nesmí být použita tak, aby reprezentovala jiné vlastnosti než recyklovatelnost nebo obsah recyklovaného materiálu.

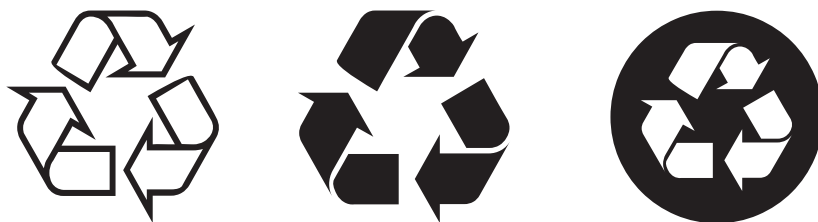
6 Požadavky na použití symbolů jsou stanoveny v kapitolách 5.8, 5.9 a 5.10 normy ČSN ISO 14021.

7 Požadavky na použití Möbiovy smyčky jsou stanoveny v kapitole 5.10 normy ČSN ISO 14021.

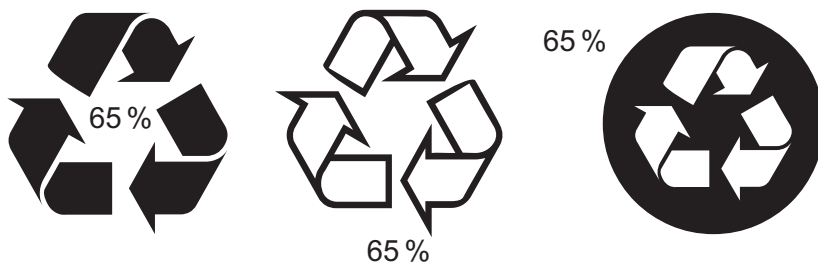
8 Podle normy ČSN ISO 14021 Möbiova smyčka musí splňovat grafické požadavky normy ČSN ISO 7000, symbol č. 1135.

Pokud se tvrzení týká obsahu recyklovaného materiálu, musí být Möbiova smyčka doprovázena prohlášením o procentuálním podílu recyklovaného materiálu. Pokud je Möbiova smyčka použita samostatně (bez procentuálního údaje), potom se vztahuje k tvrzení o recyklovatelnosti. Některé příklady použití Möbiovy smyčky jsou ukázány níže. Její používání by mělo splňovat požadavky uvedené v normě ČSN ISO 14021.

Obr. 1: Použití Möbiovy smyčky pro označení recyklovatelnosti



Obr. 2: Použití Möbiovy smyčky pro označení míry „recyklovanosti“ – obsahu recyklovaného materiálu



Ne vždy a všude však spotřebitelé Möbiově smyčce rozumějí (např. by si mohli myslet, že samotná Möbiova smyčka označuje recyklovaný obsah). V těchto případech, a dokud se spotřebitelé neseznámí s různým použitím Möbiovy smyčky, je doporučeno, aby Möbiovu smyčku doprovázelo vysvětlující prohlášení (stručné vysvětlení, co přesně značka znamená).

POUŽÍVÁNÍ SROVNÁVACÍCH TVRZENÍ

Některá environmentální tvrzení nabývají na významu pouze tehdy, když jsou vlastnosti nabízeného zboží nebo služeb srovnány s parametry obdobného zboží nebo služeb; tato srovnání jsou považována za srovnávací tvrzení⁹. Srovnávací tvrzení musejí být prezentována takovým způsobem, aby byl základ srovnávání dostatečně jasný a nedošlo k žádným mylným interpretacím.

1. Srovnávejte pouze zboží nebo služby, které uspokojují stejné potřeby nebo slouží stejnému účelu.

Nevyhlašujte srovnávací tvrzení, pokud se týká zboží nebo služeb plnících různé funkce, nebo pokud srovnání může vyvolat nejasnosti na trhu mezi vyhlášovatelem a konkuretem nebo mezi ochrannými známkami, obchodními názvy, jinými rozlišovacími značkami, zbožím či službami vyhlášovatele a konkurenta.

2. Rozdíl musí být ve srovnávacích tvrzeních vyjádřen procenty nebo v konkrétních jednotkách.

Nejsou-li srovnávací tvrzení založená buď na procentuálním rozdílu nebo absolutním rozdílu vyjádřeném v konkrétních jednotkách, zůstávají neurčitá, a jsou tudíž zavádějící.

Příklad:

Produkt nese následující environmentální tvrzení: *„Tento výrobek nyní obsahuje více recyklovaného materiálu než předchozí verze.“* Toto tvrzení nesděljuje rozsah environmentálního přínosu, je nespecifické, a tudíž nesprávné.

Příklad:

Produkt deklaruje, že *„žádná jiná klimatizace na trhu nepotřebuje pro svoji funkci tak málo energie“*. Toto je srovnávací tvrzení, které nedefinuje množství ušetřené energie, je tedy nejednoznačné, a proto nepřijatelné.

⁹ Požadavky na srovnávací tvrzení jsou popsány v kapitole 6.3 normy ČSN ISO 14021.

Srovnávací tvrzení, u kterých je rozdíl vyjádřen procenty, musí vycházet ze stejného početního základu.

Příklad:

Balení, které změnilo množství recyklovaného obsahu ze 4% na 6%, může proklamovat „2% recyklovaného obsahu navíc“, protože absolutní rozdíl mezi 6% – 4% = 2%. Tvrzení v relativních termínech „50% nárůst recyklovaného obsahu“, ačkoli je přesné, je zavádějící.

V případě, že je srovnávací tvrzení založeno na rozdílu v absolutních (měřených) hodnotách, musí být vyjádřeno jako relativní zlepšení. Pokud je hodnota, oproti které je učiněno srovnání, nulová, potom může být použit absolutní rozdíl.

Příklad:

Pro baterii, která vydrží 15 hodin namísto dřívějších 10 hodin, je relativní rozdíl:

$$\frac{15 \text{ hodin} - 10 \text{ hodin}}{10 \text{ hodin}} \times 100 = 50 \%$$

V tomto případě by vhodné tvrzení bylo „o 50% delší životnost“.

Příklad:

Předpokládejme, že baterie normálně slouží na jedno použití a nová verze může být až pětkrát znovu nabita. U tvrzení založeného na rozdílu v počtu možných nabití je však rozdíl vyjádřený v procentech nekonečno:

$$\frac{5 \text{ nabití} - 0 \text{ nabití}}{0 \text{ nabití}} \times 100 = \infty$$

V tomto případě, ačkoli je srovnání založeno na absolutní (měřené) hodnotě, je jedna z hodnot nulová, a proto tvrzení musí být vyjádřeno jako absolutní rozdíl. Vhodné tvrzení může být „nyní lze až pětkrát znovu nabít“.

POKYNY PRO SPECIFICKÁ ENVIRONMENTÁLNÍ TVRZENÍ

Kromě pokynů pro všechna environmentální tvrzení jsou uvedeny i podrobnější pokyny v souladu s normou ČSN ISO 14021¹⁰ pro následující specifická tvrzení.

1. Kompostovatelný	7. Obsah recyklovaného materiálu
2. Degradovatelný	8. Snížená spotřeba energie
3. Konstruováno pro snadnější rozebíratelnost	9. Snížená spotřeba vody
4. Prodloužená životnost výrobku	10. Snížené využití zdrojů
5. Znovuzískaná energie (obnovená energie)	11. Opakovaně použitelný a opakovaně naplnitelný
6. Recyklovatelný	12. Snížené množství odpadu

1. Kompostovatelný

Přidaná hodnota kompostovatelného materiálu spočívá v tom, že produkt jeho biologického rozkladu může posloužit jako půdní hnojivo. Proto je nepřipustné vydávat tvrzení o kompostovatelnosti pro materiály, které by mohly snížit kvalitu kompostu nebo které by mohly uvolňovat škodlivé látky do životního prostředí.

¹⁰ Požadavky na tato specifická tvrzení stanoví kapitola 7 normy ČSN ISO 14021.

U tvrzení o kompostovatelnosti je třeba věnovat pozornost tomu, aby spotřebitel dostal všechny potřebné informace pro správné kompostování produktu, například:

- Je třeba specifikovat, zda se deklarovaná kompostovatelnost týká domácího kompostování nebo průmyslové kompostárny, pokud lze výrobek v jednom z těchto zařízení kompostovat.
- Pokud je kompostovatelná pouze část výrobku, označte ji. Uveďte také, pokud se to od uživatele vyžaduje, jak tuto kompostovatelnou část oddělit.
- Výrobek označujte za „kompostovatelný v domácích podmínkách“ pouze tehdy, může-li být kompostování zajištěno dospělým členem domácnosti pomocí nástrojů a vybavení (jiných než kompostovací jednotka), které jsou ve většině domácností běžně dostupné.
- Pokud je třeba výrobek kompostovat v kompostárně, musí být toto zařízení dostupné přiměřené části spotřebitelů; jinak je třeba jasně vysvětlit vymezení daného tvrzení. Nepoužívejte obecná sdělení typu „Kompostovatelné tam, kde existují kompostárny“.

2. Degradovatelný

Rozklad (degradace) nemusí probíhat jen biologicky, ale v první řadě působením různých fyzikálních nebo chemických vlivů, např. světelného záření. Proto je možné, že konečný produkt rozkladu nebude použitelný jako hnojivo pro rostliny. V tom spočívá hlavní odlišnost od kompostovatelnosti.

Nevydávejte tvrzení o rozložitelnosti pro materiály, které mohou uvolňovat látky v koncentracích škodlivých pro životní prostředí. K testování rozložitelnosti používejte spolehlivé a uznané metody, viz kapitola Pokyny pro hodnocení na str. 26.

3. Konstruováno pro snadnější rozebíratelnost

Výhoda rozebíratelnosti produktu spočívá v tom, že jeho části mohou být do určité míry odkloněny od odpadového toku (tj. přijaty k recyklaci místo toho, aby nenávratně skončily jako odpad). Do tvrzení „konstruováno pro snadnější rozebíratelnost“ zahrňte veškeré informace potřebné pro rozebrání výrobku a také všechny další informace, které specifikují ty části produktu, které lze znovu využít (vcelku nebo alespoň jako zdroj druhotné suroviny), a způsob, jak to provést.

4. Prodloužená životnost výrobku

Při vyhlášení tvrzení o prodloužené životnosti se ujistěte, že poskytujete veškeré nezbytné informace, které spotřebitel může potřebovat, aby delší životnost výrobku mohl využít.

Vzhledem ke své povaze tato tvrzení musí splňovat požadavky na srovnávací tvrzení. Je nutné srovnávat pouze výrobky, které uspokojují stejné potřeby nebo které slouží stejnému účelu, a je třeba se vyjadřovat v procentuálních nebo absolutních hodnotách. Více podrobností o srovnávacích tvrzeních najdete v části **Srovnávací tvrzení** uvedené výše a specifické požadavky pak v samotné mezinárodní normě.¹¹

5. Znovuzískaná energie

Pokud prohlašujete, že produkt byl vyroben za použití znovuzískané energie (tj. energie, která by jinak byla odstraněna v podobě nevyužitého odpadu), uveďte druh a množství odpadu použitého pro energetické využití. Posuzování tvrzení tohoto druhu je detailně popsáno v normě ČSN ISO 14021.¹²

6. Recyklovatelný

Při vyhlášení tvrzení o recyklovatelnosti je třeba mimo jiné sdělit dostupnost recyklačních zařízení. Nevyhlašujte tvrzení o recyklovatelnosti, pokud produkt, i když technicky recyklovatelný, je především k dostání v oblastech, kde jeho recyklace nemůže být zajištěna (např. kvůli nepřítomnosti potřebné infrastruktury, nefungujícímu svazu tříděného odpadu apod.).

Sdělení o recyklovatelnosti může být vyjádřeno buď slovně, nebo jako Möbiova smyčka. Pro prohlášení o recyklovatelnosti jiné symboly než Möbiovu smyčku nepoužívejte.

Příklad:

Nákupní taška může být označena jako „*recyklovatelná*“ pouze tehdy, jestliže ji spotřebitel může k recyklaci odevzdat, např. odložením do kontejneru pro příslušný druh recyklovatelného odpadu. Pokud materiál není recyklovatelný a prohlašuje se, že může být několikrát použit, je potom vhodné tvrzení „*znovu použitelný*“ a ne „*recyklovatelný*“.

11 Kapitola 6.3 normy ČSN ISO 14021.

12 Metodika hodnocení tvrzení o zhodnocené energii je definována v kapitole 7.6.3 normy ČSN ISO 14021.

Příklad:

Označovat plastové láhve jako „recyklovatelné“ má smysl pouze tam, kde existuje sběr nebo svoz plastového odpadu. V případě, že spotřebitel nemá možnost tuto vlastnost využít (tj. odevzdat láhev k recyklaci), ztrácí tvrzení své opodstatnění. Pokud chce výrobce přesto sdělit, že jeho produkt je recyklovatelný, a tak jej odlišit od obdobných, avšak nerecyklovatelných výrobků, může tak učinit s tím, že musí být také uvedeno vymezení takového tvrzení. V žádném případě nejsou vhodná obecná sdělení jako „recyklovatelný tam, kde existují recyklační zařízení“.

7. Obsah recyklovaného materiálu

Tvrzení o obsahu recyklovaného materiálu se týká pouze materiálu, se kterým by jinak bylo naloženo jako s nevyužitým odpadem.

Příklad:

Pokud je při zpracování kovů odpadní materiál znovu zapojen do procesu jako surovina, nesmí být tvrzení o obsahu recyklovaného materiálu vydáno, protože se jedná o opětovné využití materiálu v rámci stejného procesu, během kterého vznikl.

Příklad:

O vratných (zálohovaných) lahvích nelze prohlásit, že jsou „recyklované“, protože stále slouží svému původnímu účelu, aniž by byly znovu zpracovány jako druhotná surovina. Pokud jsou však láhve sbírány a znovu zpracovány pro výrobu nových lahví, mohou být za „recyklované“ prohlášeny až tyto nové láhve.

Ve tvrzeních o obsahu recyklovaného materiálu uvádějte vždy procentní podíl recyklovaného materiálu. Dbejte, aby z tvrzení jasně vyplývalo, zda se týká výrobku nebo obalu. Pokud je použita Möbiova smyčka, musí být její součástí údaj o procentním podílu recyklovaného materiálu. K označení obsahu recyklovaného materiálu jiné symboly než Möbiovu smyčku nepoužívejte.

Příklad:

Tvrzení jako „tato krabice je vyrobena z recyklovaného materiálu“ není vhodné. Vhodné tvrzení o obsahu recyklovaného materiálu by mělo být odůvodněno sdělením jako „tato krabice obsahuje 65 % recyklovaného materiálu“. Případně je vhodné následující použití Möbiovy smyčky:



8. Snížená spotřeba energie

Všechna tvrzení o snížené spotřebě energie (obvykle vyjádřena tvrzeními jako „energeticky účinný“, „šetřící energii“ apod.) jsou srovnávací, a proto musí uvádět procentuální nebo absolutní rozdíl spotřeby. Navíc se taková tvrzení nesmí týkat energie spotřebované při výrobě produktu, ale jen při jeho užívání. Jako taková navíc musí plnit obecné požadavky na srovnávací tvrzení. Více podrobností o srovnávacích tvrzeních je uvedeno v kapitole Používání srovnávacích tvrzení na str. 17. Specifické požadavky jsou popsány v normě ČSN ISO 14021.

Příklad:

Tvrzení o snížené spotřebě energie u čistírny, jako: „v čistírně xyz používáme technologii, díky které ušetříme více energie než naši konkurenti“ je nevhodné, protože neuvádí, kolik energie je ušetřeno. Vhodné tvrzení je např. „v čistírně xyz používáme technologii, jež využívá o 20 % méně energie než běžně používané technologie“.

9. Snížená spotřeba vody

Tvrzení o snížené spotřebě vody u zboží nebo služeb (běžně vyjádřena jako „vodohospodářsky účinný“, „vodu šetřící“, „vodu šetřící“ apod.) jsou srovnávací, a proto musí uvádět procentuální nebo absolutní rozdíl spotřeby. Navíc se taková tvrzení nesmí týkat vody zpracovávané při výrobě produktu, ale jen při jeho užívání. Jako taková navíc musí plnit obecné požadavky na srovnávací tvrzení. Více podrobností o srovnávacích tvrzeních je uvedeno v kapitole Používání srovnávacích tvrzení na str. 17. Specifické požadavky jsou popsány v normě ČSN ISO 14021.

10. Snížené využití zdrojů

Na rozdíl od tvrzení o „*snížené spotřebě energie*“ a „*snížené spotřebě vody*“, která se týkají zboží nebo poskytování služeb, tvrzení o „*sníženém využívání zdroje*“ se týká množství materiálu, energie nebo vody používané při produkci nebo distribuci výrobku či obalu. Tvrzení „*snížené využití zdroje*“ je srovnávací, a proto musí uvádět daná procenta snížení; zároveň musí být splněny požadavky na srovnávací tvrzení. Pokud snížením využití určitého zdroje vzroste využití zdroje jiného, musí být tento nárůst v prohlášení specifikován.

Příklad:

Pokud výrobní proces ve srovnání s předchozím spotřebovává méně vody, ale z tohoto důvodu spotřebuje více energie, musí být nárůst energie uveden společně s prohlášením o sníženém využití zdroje.

11. Opakovaně použitelný a opakovaně naplnitelný

Při tvrzení, že „*výrobek je opakovaně použitelný*“ nebo „*naplnitelný*“, je třeba se přesvědčit, zda v místě jeho prodeje existují podmínky pro to, aby výrobek mohl být opakovaně použit nebo naplněn (např. sběrné programy, zařízení pro opakovaná použití či naplňování).

Příklad:

Na láhvi od limonády se píše, že je „*opakovaně naplnitelná*“. Takové označení má však smysl jen tam, kde lze opětovně naplnění láhve zajistit, např. prostřednictvím fungujícího zálohového systému pro vratné láhve. V případě, že spotřebitel nemá možnost tuto vlastnost využít, ztrácí tvrzení své opodstatnění.

Vydávejte tvrzení o opakované naplnitelnosti pouze tehdy, může-li být výrobek bez dalšího zpracování opakovaně naplněn stejným nebo obdobným produktem (vyjma zvláštních požadavků, jako je čištění a mytí).

Příklad:

O skleněné láhvi na víno nelze prohlásit, že je „*opakovaně naplnitelná*“, pokud neexistuje zařízení nebo programy pro jejich sběr a opakované plnění vínem. Prohlášení, že „*může být znovu naplněna vodou pro domácí použití*“, není vhodné. Stejně tak nesmí být prohlašováno, že je „*opakovaně naplnitelná*“, protože může být naplněna např. stáčeným vínem ve sklípku.

12. Snížené množství odpadu

Tvrzení o „*sníženém množství odpadu*“ jsou srovnávací a musí být vyjádřena v procentech nebo jako celkové množství sníženého objemu. Zároveň musí být splněny požadavky na srovnávací tvrzení¹³.

Nevydávejte prohlášení o „*sníženém množství odpadu*“, pokud se týkají opakovaného využití materiálů vzniklých během procesu, které je možné v tom samém procesu znovu použít (např. odřezky či zbytky). Tvrzení však může být vydáno, pokud je odpad převezen k jiné společnosti, která jej využije pro účely jiné než je jejich odstraňování jako odpad.

Příklad:

Energetický podnik, který produkuje popeloviny a využívá je jako druhotnou surovinu k výrobě stavebních prvků, cementu apod., může vydat prohlášení o „*sníženém množství odpadu*“.

13 Viz str. 17 a kapitola 6.3 normy ČSN ISO 14021.

POKYNY PRO HODNOCENÍ ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ

Je zodpovědností vyhlášovatele, aby zhodnotil a poskytl data nezbytná pro ověření tvrzení. Zásada č. 2 (viz str. 9) uvádí, že „environmentální tvrzení má být podloženo údaji získanými postupem, který je dostatečně důkladný a vyčerpávající a jehož výsledky jsou přesné, reprodukovatelné, aby dostatečně tvrzení podpořily. Na dodržení této zásady při výběru metody hodnocení musí být kladen zvláštní důraz.¹⁴

Národní a mezinárodní organizace (např. ASTM, BSI, ISO, OECD, IEC, DIN, ÚNMZ, ÖNORM) vyvinuly řadu hodnotících metod pro ověřování různých tvrzení. Doporučuje se řadu norem ČSN ISO 14020, kde je uveden rozsáhlý seznam odkazů o reprodukovatelnosti a spolehlivosti a také normy pro testování a ověřování tvrzení.

Při výběru metody hodnocení anebo ověřování tvrzení preferujte normy ČSN, poté mezinárodně uznávané normy a dále průmyslové a obchodní metody, které byly předem odborně recenze. Jestliže pro hodnocené či ověřované tvrzení neexistuje žádná taková norma, může být vyvinuta nová metoda, pokud je kompatibilní s výše zmíněnou zásadou č. 2 a je odborně recenzována.

Příklad:

Má být hodnoceno tvrzení o fotodegradabilitě nákupní tašky. Regionální výrobní průmysl vyvinul odborně recenzovanou testovací metodu, existuje však mezinárodní norma. V tomto případě musí být vybrána tato mezinárodní norma namísto regionální metody.

Pokud chcete hodnotit nebo ověřovat srovnávací tvrzení, vycházejte z návodu uvedeného v kapitole Používání srovnávacích tvrzení na str. 17.

14 Požadavky pro hodnocení environmentálních tvrzení jsou definovány v kapitole 6 normy ČSN ISO 14021. V této normě jsou také definovány požadavky na určitá environmentální tvrzení: v kapitole 7.5.3 na „prodlouženou životnost výrobku“, v kapitole 7.6.3 na „zhodnocenou energii“, v kapitole 7.7.4 na „recyklovatelnost“, v kapitole 7.8.4 na „obsah recyklovaného materiálu“, v kapitole 7.9.3 na „sníženou spotřebu energie“, v kapitole 7.10.3 na „snížené využití zdrojů“, v kapitole 7.11.3 na „sníženou spotřebu vody“, v kapitole 7.12.3 na „opakovanou použitelnost a naplnitelnost“ a v kapitole 7.13.3 na „snížení množství odpadu“.

ZAJIŠTĚNÍ PŘÍSTUPU K INFORMACÍM O VLASTNÍM TVRZENÍ

Hlavní zásada č. 3 (viz str. 9) uvádí, že informace týkající se postupu, metodiky a všech kritérií použitých pro podporu environmentálních tvrzení musí být dostupné veřejně nebo na vyžádání.¹⁵ Environmentální tvrzení musejí být transparentní a každý musí mít možnost si je ověřit. Nevydávejte tvrzení, pokud je informace potřebná pro jeho ověření neveřejné povahy.

Dokumentaci, která podporuje tvrzení, uchovávejte alespoň po dobu, kdy se výrobek na trhu prodává, nebo déle v závislosti na životnosti výrobku, aby environmentální tvrzení bylo doložitelné.¹⁶

Příklad:

Pokud je deklarován přínos vozidla pro životní prostředí, dokumentace, která podporuje takové tvrzení, musí být uchována tak dlouho, dokud se předpokládá, že se vozidlo bude používat, bez ohledu na to, že se už daný model nevyrobí.

Informace podporující environmentální tvrzení se musejí nejen uchovávat, ale musejí být také dostupné každému, kdo si chce věrohodnost tvrzení ověřit. Za poskytnutí informace lze požadovat přiměřený poplatek (k pokrytí administrativních nákladů).

Když v lese padá strom a poblíž není nikdo, kdo by to slyšel, dělá strom nějaký hluk? Tahle odvěká hádanka zpochybňuje naše nejzákladnější povědomí o vnímání a skutečnosti. Odpověď na ni vyžaduje nejprve definovat, co je zvuk. A tak je to i s ekologickou šetrností. Dokud spotřebitelům schází jasná definice, co jsou ekologické výrobky nebo podnikání, budou se řídit svými vlastními představami a používat je jako skličko, kterým se dívají na svět. Uvidí zelenou, ale jen podle svých vlastních představ... Je čas vyprávět a ptát se. Vyprávět spotřebitelům „zelené příběhy“ o tom, co vaše firma dělá pro životní prostředí. A ptát se jich, jestli „slyší váš strom padat“.

A. J. Begard a W. S. Cobrda. The Corporate Reality of Consumer perceptions; vydal Earthsense 2008

15 Požadavky na přístup k informacím týkajících se environmentálních tvrzení jsou dány v kapitole 6.5 normy ČSN ISO 14021.

16 Minimální informace, která musí být dokumentována a uchovávána, je specifikována v kapitole 6.5.3 normy ČSN ISO 14021.

JAK VLASTNÍ TVRZENÍ VYTVOŘIT, REGISTRovat A ZÍSKAT Z NĚJ MAXIMÁLNÍ UŽITEK

Vyhlašovatel, který vydává tvrzení, od něj samozřejmě očekává prospěch. Prospěch bude tím větší, čím přesněji výrobce své tvrzení zacílí a čím výstižněji je stylizuje s přihlédnutím k typu zákazníka či odběratele (cílové skupiny). Odpovědi na následující otázky mohou být východiskem pro tvorbu a způsob využití vlastního environmentálního tvrzení:

- Existuje pro produkt významný trh z hlediska veřejných zakázek? Existuje pro produkt významný trh z hlediska soukromých zakázek? Nakupují produkt odběratelé (spotřebitelé) často?
- Představuje produkt významný potenciál pro environmentální zlepšení prostřednictvím volby odběratele?
- Je objem prodeje produktu ve vztahu ke konečné spotřebě významný (tj. nakolik je efektivní investovat do marketingu)?
- Představuje produkt (ve všech fázích svého životního cyklu) významný příznivý nebo nepříznivý vliv na životní prostředí? Z jakého hlediska – globálního, regionálního, obecného?
- Vztahují se k produktu významným způsobem prioritní oblasti environmentální politiky, její nástroje nebo právní předpisy (např. integrovaná výrobová politika)?
- Souvisí daný produkt s problematikou zdraví a bezpečnosti spotřebitelů?
- Jsou pro něj stanoveny normy, předpisy, nařízení (bezpečnost, hygienická nezávadnost apod.), které se týkají jeho způsobilosti ke spotřebě?
- Jsou při marketingu produktu již nyní používány environmentální argumenty? Objevuje se environmentální argumentace při propagaci např. konkurenčních výrobků na trhu?
- Představuje produkt zvláštní příležitost k lepšímu celkovému zviditelnění environmentálních značek, prohlášení a vlastních tvrzení?
- Hodnotí výrobce/vyhlašovatel svůj produkt z hlediska vlivu nebo přínosu pro životní prostředí kladně? V čem vidí rozhodující přínos?
- Chce výrobce/vyhlašovatel nové tvrzení odlišit od dosavadních argumentací na trhu (pokud se vyskytují)? Jakým způsobem? Co chce zdůraznit, nač poukázat?

Výrobce/vyhlašovatel vyhodnotí své odpovědi na výše uvedené otázky a předběžně stanoví:

- a) Cílovou skupinu, na níž bude tvrzení týkající se uvedeného produktu zaměřeno.
- b) Charakteristickou přednost uvedeného produktu v souvislosti s vlivem na životní prostředí, na kterou se tvrzení zaměří.
- c) Styl a podobu tvrzení (textové sdělení, grafický symbol, kombinace).
- d) Místa, kde bude tvrzení používáno (na obalu produktu, v dokumentaci produktu, v propagačních materiálech, na webových stránkách apod.).

Příklady možných vlastních environmentálních tvrzení

PRODUKT	MOŽNÁ TVRZENÍ	KOMENTÁŘ
Kancelářský provoz, který se řídí principy zeleného úřadování.	„Úspora přírodních zdrojů a energie při provozu a využívání výrobků a služeb, které jsou prokazatelně šetrnější k životnímu prostředí.“	Musí být doloženo, jaká konkrétní opatření se dodržují a jak je zajištěno jejich plnění. <i>Pozn.: V současnosti lze pro tuto oblast získat ekoznačku Ekologicky šetrná služba v kategorii Kancelářské a administrativní služby.</i>
Interiérové topidlo (např. krbová kamna) s nízkými emisemi CO a vysokou účinností spalování.	„Nízké emise CO, účinnost spalování až xx %“	Nutno doložit protokoly měření z akreditované zkušebny. <i>Pozn.: Pro některá zařízení z této skupiny lze získat ekoznačku Ekologicky šetrný výrobek.</i>
Výrobek z plastu, který je biologicky rozložitelný.	„Biologicky rozložitelný z xx %“	Nutno doložit protokoly měření z akreditované zkušebny.
Produkt, s nímž se pojí nízké emise CO ₂ .	„Nízké emise CO₂“	Nutno doložit informací o metodice měření, jakou částí životního cyklu se měření zabývalo, a srovnání s průměrným produktem stejného druhu.

OVĚŘOVÁNÍ VLASTNÍCH ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ

Pokud vyhlášovatel chce navíc a dobrovolně zajistit pro své tvrzení nezávislé ověření jeho správnosti a důvěryhodnosti podle zásad normy ČSN ISO 14021, může se obrátit na CENIA, českou informační agenturu životního prostředí. Ověřování vlastních environmentálních tvrzení a jejich následná registrace ve veřejně přístupné databázi je službou, kterou CENIA poskytuje v rámci Národního programu environmentálního značení. Stejně tak CENIA poskytuje bezplatné poradenství při tvorbě a používání vlastních environmentálních tvrzení v souladu s normou (bez ohledu na jejich registraci).

Jak registrace probíhá a co je k ní třeba

V první řadě žadatel zašle CENIA základní informace o samotném tvrzení, produktu, kterého se týká, a dokumentaci, která dokládá pravdivost a věrohodnost tvrzení. Nejsnadnější je k tomu využít formulář žádosti, který je dostupný na adrese <www.cenia.cz/vet>, pod odkazem „Služby a poradenství CENIA“.

Když žádost i dokumentace obsahují všechny potřebné informace, CENIA je postoupí k vyjádření Radě Národního programu environmentálního značení.¹⁷ CENIA poté bude žadatele informovat o stanovisku Rady.

Vyjádří-li se členové Rady, že tvrzení je ve všech relevantních ohledech v souladu s normou, je ověření v podstatě u konce. V opačném případě CENIA požádá žadatele o vypořádání vznesených připomínek.

Po kladném vyjádření Rady žadatel obdrží oficiální potvrzení úspěšného ověření od Ministerstva životního prostředí. CENIA zároveň tvrzení zaregistruje a umístí do online databáze na adrese <www.cenia.cz/zelena-tvrzeni>. Vyhlášovatel poté může při propagaci produktu, se kterým se tvrzení pojí, odkazovat i na webové stránky s databází, ve které je tvrzení uvedeno jako správné a důvěryhodné.

17 Rada Národního programu environmentálního značení je jedním z poradních orgánů ministra životního prostředí. Jejími členy jsou odborníci z komerční, akademické, státní i neziskové sféry.

Proč se vyplatí nechat si své vlastní environmentální tvrzení ověřit a zaregistrovat?

- Nezávislé ověření zvyšuje důvěryhodnost vyhlášovatele a zlepšuje jeho pověst jak mezi spotřebiteli, tak u konkurence.
- Služba je poskytována bezplatně.
- Registrace je určitou alternativou získání ekoznačky (např. Ekologicky šetrný výrobek).
- Odkaz na databázi registrovaných tvrzení lze účinně využít při marketingu.
- Umístění tvrzení v databázi může napomoci zvýšení prodeje daného produktu.
- V celém procesu od tvorby tvrzení po dokončení jeho registrace se žadatelé mohou spolehnout na odborné poradenství pracovníků CENIA.

Platnost registrace v databázi je maximálně tři roky. Pokud daný výrobek může získat ekoznačku Ekologicky šetrný výrobek, Ekologicky šetrná služba nebo Ekoznačku EU, tj. existuje příslušná směrnice s kritérii pro hodnocení výrobku, platnost registrace je nejvýše jeden rok. V případě, že taková směrnice nabude platnosti až po registraci a vyhlášovatel zažádá v průběhu platnosti registrace nebo bezprostředně po jejím uplynutí o udělení ekoznačky, má nárok na slevu z administrativního poplatku za udělení ekoznačky. Více informací o ekoznačkách najdete na stránkách <www.ekoznacka.cz>.

REGULACE REKLAMY V ČR A SANKCE PŘI PORUŠOVÁNÍ ZMÍNĚNÝCH ZÁSAD

Přestože je dodržování výše uvedených zásad u vlastních environmentálních tvrzení dobrovolné, v některých situacích se vyhlášovatelé při jejich porušování vystavují sankcím.

V přímém vztahu k programu NPEZ to platí pro vyhlášovatele, kteří nechali svá tvrzení veřejně registrovat. Pokud se v průběhu platnosti registrace zjistí, že některé požadavky stanovené normou nejsou plněny a vyhlášovatel by nezjednal nápravu, může být registrace zrušena a tvrzení odstraněno z veřejné databáze. Pokud je pochybení vyhlášovatele dost závažné, mohou se ho týkat i další možnosti postihů.

V České republice funguje několik způsobů regulace reklamy. Mezi ně patří Rada pro reklamu. V krajních případech na vlastní environmentální tvrzení pamatují i právní formy.

Rada pro reklamu

Rada pro reklamu je samoregulační orgán reklamního průmyslu, jehož členy jsou reklamní a marketingové agentury. Jako taková přijímá a vyřizuje stížnosti na neetičnost propagace konkrétních produktů prostřednictvím velkoplošných reklam (billboardy), reklamy v tištěných a elektronických médiích (rozhlas, televize, internet). Tzv. arbitrážní komise při svých rozhodnutích vychází z vlastního kodexu reklamy.¹⁸ Na environmentální tvrzení se vztahují některé principy v části Všeobecné základy reklamní praxe:

- Reklama musí být slušná, čestná a pravdivá. Musí být vytvářena s vědomím odpovědnosti vůči spotřebiteli i společnosti.
- Reklama nesmí být koncipována tak, aby zneužívala důvěru spotřebitele či využívala nedostatku jeho zkušeností či znalostí, či jeho důvěřivosti.
- Reklama nesmí využívat podprahové vnímání spotřebitele.
- Reklama nesmí šířit klamavé údaje o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech. Klamavým údajem je i údaj sám o sobě pravdivý, jestliže vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl učiněn, může uvést v omyl.
- Reklama nesmí obsahovat klamavé označení zboží či služeb, které je způsobilé vyvolat mylnou domněnku, že označené zboží nebo služby pocházejí z určitého státu, určité oblasti nebo místa, nebo od určitého výrobce, anebo že vykazují zvláštní charakteristické znaky nebo zvláštní jakost.

18 K dispozici online, viz <http://www.RPR.cz/cz/dokumenty_RPR.php>.

Rozhodnutí komise o upravení nebo stažení předmětné reklamy je však jen doporučujícího charakteru a Rada pro reklamu nemá k dispozici žádné sankce. V seznamu členů Rady pro reklamu jsou nejvýznamnější zadavatelé, agentury i média, a rozhodnutí Rady pro reklamu jsou v naprosté většině případů respektována.

V krajních případech na vlastní environmentální tvrzení pamatují i právní normy.

Právní normy

Nejsilnějším nástrojem postihujícím klamavé použití vlastních environmentálních tvrzení je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v aktuálním znění. Zákon zakazuje nekalé obchodní praktiky, které definuje mimo jiné takto:

„Obchodní praktika je nekalá, je-li jednání podnikatele vůči spotřebiteli v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil. ... Nekalé jsou zejména klamavé a agresivní obchodní praktiky.“

Za klamavé praktiky se za určitých podmínek může považovat i reklama, tj. i vlastní environmentální tvrzení. Níže uvádíme vybrané znaky klamavých praktik uvedených v zákoně, které se mohou vztahovat i na reklamu s vlastním environmentálním tvrzením, viz § 5 a příloha 1 zákona. Obchodní praktika je považována za klamavou:

- Je-li při ní užit nepravdivý údaj.
- Je-li důležitý údaj sám o sobě pravdivý, ale může uvést spotřebitele v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl užit.
- Opomene-li podnikatel uvést důležitý údaj, jenž s přihlédnutím ke všem okolnostem lze po podnikateli spravedlivě požadovat; za opomenutí se považuje též uvedení důležitého údaje nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem.
- Vede-li způsob prezentace výrobku či služby, včetně srovnávací reklamy, nebo jejich uvádění na trh k záměně s jinými výrobky či službami, nebo rozlišovacími znaky jiného podnikatele.
- Není-li dodržen závazek obsažený v kodexu chování, k jehož dodržování se podnikatel zavázal, jde-li o jednoznačný závazek, který lze ověřit, a podnikatel v obchodní praxi uvádí, že je vázán kodexem.
- Prohlašuje-li podnikatel, že se zavázal dodržovat určitá pravidla chování (kodex chování) nebo že tato pravidla chování byla schválena určitým subjektem, ačkoli tomu tak není.
- Používá-li podnikatel neoprávněně značku jakosti (včetně ekoznaček) nebo jiné obdobné označení.


- ➔ Prohlašuje-li podnikatel, že jemu, jeho výrobku nebo jím poskytované službě bylo uděleno schválení, potvrzení nebo povolení, ačkoli tomu tak není, nebo takové prohlášení není v souladu s podmínkami schválení, potvrzení nebo povolení.
- ➔ Uvádí-li podnikatel nesprávné údaje o povaze a míře rizika pro osobní bezpečnost spotřebitele nebo jeho rodiny, pokud si jeho výrobek nekoupí nebo nevyužije jím nabízenou službu.
- ➔ Propaguje-li podnikatel výrobek způsobem, který u spotřebitele může vyvolat dojem, že byl vyroben určitým výrobcem, ačkoliv tomu tak není.
- ➔ Prohlašuje-li podnikatel nepravdivě, že výrobek nebo poskytnutá služba může vyléčit nemoc, zdravotní poruchu nebo postižení.

Dohled nad dodržováním těchto ustanovení zákona má Česká obchodní inspekce, v některých ohledech také Státní zemědělská a potravinářská inspekce, krajské hygienické stanice, Státní veterinární správa, krajské veterinární správy a Městská veterinární správa v Praze, v některých případech i živnostenské úřady a celní úřady, viz § 23 zákona. Výše uvedené instituce jsou oprávněny vydávat závazné pokyny k odstranění zjištěných nedostatků. Výrobce, dovozce, vývozce, dodavatel nebo prodávající se porušením zákazu používání nekalých obchodních praktik dopustí správného deliktu, za což je možné uložit pokutu až do výše 5 000 000 Kč.

Výše uvedené se týká praktik přímo při prodeji a nabízení výrobků v obchodě (kde ovšem může být reklama také využívána). V oblasti regulace reklamy, která je nekalou obchodní praktikou podle tohoto zákona, se postupuje podle zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v aktuálním znění, zapracovává mj. i zmiňovanou směrnici rady 84/450/EHS a další předpisy Evropských společenství upravující regulaci reklamy, která je nekalou obchodní praktikou, reklamy srovnávací, reklamy na tabákové výrobky, na humánní léčivé přípravky, na veterinární léčivé přípravky, na potraviny a na počáteční a pokračovací kojeneckou výživu, a upravuje obecné požadavky na reklamu a její šíření včetně postihů za porušení povinností podle tohoto zákona a stanovení orgánů dozoru.

Orgány dozoru nad dodržováním tohoto zákona jsou podle umístění a zaměření příslušné reklamy Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, Státní ústav pro kontrolu léčiv, Ministerstvo zdravotnictví, Státní rostlinolékařská správa, Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv, Úřad pro ochranu osobních údajů a krajské živnostenské úřady. Při posuzování, zda se jedná o nepovolenou srovnávací reklamu nebo o reklamu, která je nekalou obchodní praktikou, je orgán dozoru oprávněn požadovat na zadavateli reklamy předložení důkazů o správnosti skutkových tvrzení v reklamě. Orgán dozoru může považovat tvrzení v reklamě za nesprávná, jestliže důkazy nebyly poskytnuty ve stanovené lhůtě nebo v nezbytně nutném rozsahu, viz § 7b zákona.



Orgán dozoru může podle tohoto zákona pozastavit zahájení šíření nepovolené srovnávací reklamy nebo reklamy, která je nekalou obchodní praktikou, nebo ji přímo zakázat, případně nařídit odstranění nebo ukončení reklamy, která je v rozporu se zákonem, a určit k tomu přiměřenou lhůtu, viz § 7c zákona.

Fyzickým osobám (včetně zadavatelů reklamy), které poruší zákaz reklamy založené na podprahovém vnímání, lze uložit pokutu do 2 000 000 Kč. Za stejný přestupek a za reklamu, která je nekalou obchodní praktikou, lze v blokovém řízení uložit pokutu do 5 000 Kč. Právnícké osobě nebo podnikající fyzické osobě, která poruší zákaz reklamy založené na podprahovém vnímání nebo šíří reklamu, která je nekalou obchodní praktikou, je možné uložit pokutu do 5 000 000 Kč. Pokutu za tyto správní delikty lze uložit i v blokovém řízení, je-li porušení povinnosti spolehlivě zjištěno, nestačí domluva a obviněný ze správního deliktu je ochoten pokutu zaplatit, viz § 8a zákona.

DEFINICE

Všechny následující definice jsou doslovně citovány z mezinárodní normy ČSN ISO 14021.

- **Kompostovatelný** – charakteristika výrobku, obalu nebo připojené součásti, která mu dovoluje biodegradovat za vzniku poměrně homogenní a stabilní látky podobné humusu.
- **Degradovatelný** – vlastnost produktu nebo obalu, charakterizující jeho rozklad za určitých podmínek, v určitém rozsahu a v daném čase.
- **Konstruováno pro snadnější rozebíratelnost** – charakteristika provedení (designu) výrobku, která mu umožňuje na konci jeho funkčního života být rozebrán na části takovým způsobem, který dovoluje, aby složky a díly byly opakovaně použity, recyklovány, znovu využity pro získání energie nebo jinými způsoby odkloněny z odpadového toku.
- **Environmentální aspekt** – prvek činností, výrobků nebo služeb organizace, který může ovlivňovat životní prostředí.
- **Environmentální tvrzení** – prohlášení, značka nebo obrazec, který poukazuje na environmentální aspekt výrobku, součástky nebo obalu.
- **Ověřování environmentálního tvrzení** – potvrzení o správnosti (validitě) a věrohodnosti environmentálního tvrzení s použitím specifických, předem určených kritérií (např. dle normy ČSN ISO 14021) a postupů se zaručením spolehlivosti údajů.
- **Environmentální dopad** – jakákoli změna v životním prostředí, ať nepříznivá či příznivá, která je zcela nebo částečně způsobena činnostmi nebo výrobky organizace.
- **Vysvětlující prohlášení** – jakékoli vysvětlení, které je požadováno nebo poskytováno proto, aby environmentální tvrzení bylo zákazníkem, případným zákazníkem nebo uživatelem výrobku správně pochopeno.

- **Prodloužená životnost výrobku** – výrobek konstruovaný pro prodloužené používání, založený buď na zvýšené trvanlivosti, nebo schopnosti modernizace, což vede ke snížené spotřebě zdrojů nebo ke snížení množství odpadu.
- **Životní cyklus** – navazující a vzájemně spojená stadia výrobního systému od získávání suroviny nebo výroby přírodní suroviny po konečné zneškodnění.
- **Obal** – materiál použitý k ochraně nebo k pojmutí výrobku během dopravy, skladování, umísťování na trhu (marketingu) nebo užití.
- **Pospotřební materiál** – materiál vzniklý v domácnostech nebo v obchodních, průmyslových a institucionálních zařízeních v rámci jejich funkce jako konečných uživatelů výrobku, který nadále nemůže být používán pro původní účel; zahrnuje návrat materiálu z distribučního řetězce.
- **Předspotřební materiál** – materiál odkloněný z odpadového toku během výrobního procesu; netýká se to znovupoužití materiálu jako je přepracování, přebroušení nebo šrotu vzniklého v procesu a schopného znovuzískání ve stejném procesu, ve kterém vznikl.
- **Produkt** – jakýkoli výrobek nebo služba.
- **Kvalifikované environmentální tvrzení** – environmentální tvrzení, které je doprovázeno vysvětlujícím prohlášením popisujícím vymezení tohoto tvrzení.
- **Znovuzískaná energie** – parametr charakterizující výrobek, který byl vyroben s použitím znovuzískané energie z materiálu nebo z energie, která by byla odvedena jako odpadní (např. teplo), ale která namísto toho byla zachycena řízeným procesem.
- **Zhodnocený (znovuzískaný) materiál** – materiál, který by byl jinak odstraněn jako odpad nebo použit pro energetické využití, ale místo toho byl sebrán a zhodnocen (znovuzískán) jako materiálový vstup pro recyklační nebo výrobní proces místo nového primárního materiálu.
- **Recyklovatelný** – parametr charakterizující výrobek, obal nebo připojené součásti, které mohou být odkloněny z odpadového toku prostřednictvím použitelných procesů a programů a které mohou být shromažďovány, zpracovávány a vráceny pro používání ve formě suroviny nebo výrobku.

- **Obsah recyklovaného materiálu** – podíl hmoty recyklovaného materiálu ve výrobku nebo obalu; pouze předspotřební a pospotřební materiály smí být považovány za obsah recyklovaného materiálu.
- **Recyklovaný materiál** – materiál, který byl znovu zpracován ze zhodnoceného (znovuzískaného) materiálu ve výrobním procesu a zpracovaný do konečného výrobku nebo do součásti po začlenění do výrobku.
- **Snížená spotřeba energie** – snížení množství energie spojené s užitím výrobku poskytnutím dané funkce (služby), pro kterou byl vytvořen, přičemž se srovnává s množstvím energie použité jiným výrobkem poskytujícím ekvivalentní funkci.
- **Snížené využití zdrojů** – snížení v užití množství materiálu, energie nebo vody pro výrobu nebo distribuci výrobku nebo obalu nebo určené připojené součásti.
- **Snížená spotřeba vody** – snížení spotřeby vody spojené s užitím výrobku poskytnutím dané funkce (služby), pro kterou byl vytvořen, přičemž se srovnává s množstvím vody použité jiným výrobkem poskytujícím ekvivalentní funkci.
- **Opakovaně naplnitelný** – vlastnost výrobku nebo obalu, který může být stejným nebo podobným výrobkem vícekrát než jednou naplněn, a to ve své původní podobě bez dodatečného zpracování s výjimkou určitých požadavků jako je například čištění nebo mytí.
- **Opakovaně použitelný** – vlastnost výrobku nebo obalu, navrženého pro vykonání určitého počtu cest, oběhů nebo použití v rámci jeho životního cyklu pro stejný účel, pro který byl zamýšlen.
- **Snížení množství odpadu** – snížení množství (hmoty) materiálu, který vstupuje do odpadového toku jako výsledek změny ve výrobku, procesu nebo obalu.

BIBLIOGRAFIE A ODKAZY

- Směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy.
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES ze dne 6. října 1997, kterou se mění směrnice 84/450/EHS o klamavé reklamě tak, aby zahrnovala srovnávací reklamu.
- ČSN EN ISO 14020 – Environmentální značky a prohlášení – Obecné zásady.
- ČSN ISO 14021 – Environmentální značky a prohlášení – Vlastní environmentální tvrzení (typ II environmentálního značení).
- ČSN ISO 14024 – Environmentální značky a prohlášení – Environmentální značení typu I – Zásady a postupy.
- ČSN ISO 14025 – Environmentální značky a prohlášení – Environmentální prohlášení typu III – Zásady a postupy.
- Palerm, J. R.: *Guidelines for making and assessing environmental claims. European Commission* [online]. 2000 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/consumers/cons_safe/news/green/guidelines_en.pdf>.
- *Rada pro reklamu* [online]. Dostupné z: <<http://www.RPR.cz>>.
- *Sdělení o vydání pravidel Národního programu environmentálního značení.* Věstník Ministerstva životního prostředí, ročník XVII, částka 8, srpen 2007
- *The Greenwash Guide* [online]. 2008 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z: <http://www.futerra.co.uk/downloads/Greenwash_Guide.pdf>.



