



Shrnutí  
webináře

## Znalostí legislativy k předcházení greenwashingu

**2. 3. 2023**

\_Obsah připravili: Lenka Mynářová a Vladimír Víšek

\_Celý záznam webináře najdete [zde](#) ➔

\_Informace jsou platné ke dni zveřejnění webináře: 2. března 2023

### Hydra Greenwashingu

Nezisková organizace Planet Tracker ve studii „The Greenwashing Hydra“ definovala šest oblastí greenwashingu, kterého se firmy dle ní dopouští. Na úvod studie uvádí, že:

- strategie jsou stále více sofistikovanější;
- ne vždy musí být nezákonné;
- soustředí se nejen na lakování svého jména nazeleno, ale také odvádí pozornost spotřebitele od skutečného problému.



<b>Greencrowding</b>	Greencrowding je založen na taktice schovat se v davu jiných společností a vyhnout se tak odhalení či přílišné pozornosti.
<b>Greenlighting</b>	Greenlighting se projevuje tak, že společnost v komunikaci upozorňuje na nějaký ekologický přínos své činnosti nebo výrobku, aby odvedla pozornost od činností poškozujících životní prostředí jinde.
<b>Greenshifting</b>	Greenshifting je situace, kdy společnosti naznačují, že vina je na spotřebiteli a přenášejí na něj odpovědnost.
<b>Greenlabelling</b>	Praxe, kdy firmy označují něco za zelené nebo udržitelné, ale při bližším zkoumání zjistíme, že jejich slova jsou zavádějící.
<b>Greenrinsing</b>	Greenrinsing znamená, že společnost pravidelně mění své cíle v oblasti ESG předtím, než jsou splněny.
<b>Greenhushing</b>	Greenhushing znamená, že firmy podávají nedostatečné zprávy v oblasti udržitelnosti, aby se vyhnuly kontrole investorů.

\*Detailně popsané oblasti včetně příkladů najdete [zde](#).

## Legislativní smršť, která se týká i greenwashingu

Greenwashing je/bude definován v následujících dokumentech:

### Směrnice o nekalých obchodních praktikách

SNOP (2021/C 526/01). Tato směrnice jako první v EU upravuje pravidla pro environmentální tvrzení a proti GW.

#### Základní ustanovení

“Výrazy „environmentální tvrzení“ a „ekologická/zelená tvrzení“ se vztahují k praktikám, které naznačují nebo vytvářejí dojem, že zboží či služba mají pozitivní nebo žádný dopad na životní prostředí nebo že poškozují životní prostředí méně než konkurenční zboží či služby. Může se jednat o složení výrobku, způsob výroby či produkce, způsob likvidace a snížení potřebné energie či možného znečištění vznikajícího při jeho používání. Pokud taková tvrzení nejsou pravdivé nebo je nelze ověřit, je tento postup často nazýván jako „lakování nazeleno“ (greenwashing).”

#### Klíčový pojem – životní cyklus výrobku

“Při posuzování environmentálního tvrzení jsou

důležité hlavní dopady produktu na životní prostředí během celého jeho životního cyklu, včetně jeho dodavatelského řetězce. Environmentální tvrzení by se mělo týkat aspektů, které jsou podstatné z hlediska dopadu produktu na životní prostředí.”

#### Pohled legislativy na zvýrazňování jednoho aspektu

“Tvrzení by měla být mimoto jasná a jednoznačná, pokud jde o to, kterého aspektu produktu nebo jeho životního cyklu se týkají. Jestliže obchodník uvede environmentální tvrzení zdůrazňující pouze jeden z řady dopadů produktu na životní prostředí, mohlo by tvrzení být klamavé ve smyslu článku 6 nebo 7 SNOP.”

### Důkazy o environmentálních tvrzeních

Pokud chce firma deklarovat jakékoliv environmentální tvrzení - musí k tomu mít důkazy a splnit i předchozí požadavky /komplexní pohled na environmentální dopady produktu/.

### Jednoznačnost a srozumitelnost environmentálních tvrzení

“Článek 6 SNOP implikuje, že spotřebitelé musí být schopni důvěřovat environmentálním tvrzením, která uvádějí obchodníci. Aby environmentální tvrzení nebyla

klamavá, musí být pravdivá, neobsahovat nesprávné informace a musí být uváděna jasným, konkrétním, jednoznačným a přesným způsobem.” A spotřebitel jim musí jednoznačně rozumět – a to i tehdy, jestliže jsou informace komunikovány věcně správně. Odpovědnost za srozumitelnost a pochopitelnost komunikace nese obchodník. Za účelem ověření srozumitelnosti je proto nutné realizovat pre-testy vizuálů a prvků komunikace a na jejich základě komunikaci upravit.

## Green Claims

V březnu 2023 bude zveřejněna regulace ke Green Claims, která bude opatření dále zpřísňovat a přesňovat.

Z pohledu udržitelnosti a její komunikace doporučujeme detailně se seznámit s:

- návrhem Packaging and Packaging Waste Regulation;
- doporučením k PEF/Product Environmental Footprint;
- novými pravidly pro „circular design of products“;
- taxonomií EU.

### Shrnutí

- Sledovat a brát v potaz celý životní cyklus výrobku, ne si vybírat „líbivé“ části.
- Pro svá tvrzení mít důkazy, které si může spotřebitel jednoduše dohledat. Důkazy mají mít nezpochybnitelnou podobu – vědecké studie, certifikáty.
- Ujistit se, že naše aktivita je v souladu s platnou legislativou a sledovat vývoj nové legislativy. Legislativní hurikán je stále v procesu a zdaleka nekončí.
- Ověřovat srozumitelnost sdělení u spotřebitelů.
- Legislativa je postavena na vědeckém poznání. V řadě případů je proto nutné spolupracovat s experty v dané oblasti.

Webinář vznikl ve spolupráci s iniciativou:

**ZMĚNA  
KLEPSIMU**

Změna k lepšímu je byznys platforma pro firmy, které vidí v udržitelnosti příležitost. Propojují firmy i experty, sdílí příklady dobré praxe, edukují, poskytují pravidelný monitoring legislativy a prosazují systémová řešení na české i nadnárodní úrovni. Více na [www.klepsimu.cz](http://www.klepsimu.cz)

*noGreenwashing*

**Kontakt pro média**

**Iniciativa NoGreenwashing**

[www.nogreenwashing.cz](http://www.nogreenwashing.cz)

[info@greenwashing.cz](mailto:info@greenwashing.cz)