# INFORMACE O ČLENSTVÍ

*Máte-li pocit, že činnost Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, z.s. je prospěšná, staňte se naším členem.*
*O výši svého členského příspěvku si rozhodnete sami.*

## VÝHODY ČLENSTVÍ

- získáte pravidelné informace o novinkách a nástrahách ve spotřebitelském prostředí,
- budeme Vás zvát na naše akce, besedy a veřejná vystoupení,
- budete přednostně odbaveni v naší elektronické poradně (možno podávat dotazy přes elektronický formulář),
- budete si moci objednat konkrétní čas v našich 10 osobních poradnách, které v takto velké šíři poskytujeme jako jediní v ČR
- přednostně odbaveni v našich 10 osobních poradnách
- budeme Vám zasílat náš magazín SOSák a pravidelné NEWSlettery,
- poskytneme Vám nadstandardní poradenství, poskytneme Vám vzorové dopisy a pomůžeme Vám při jejich sepsání,
- dostanete členskou kartu, se kterou u nás můžete čerpat veškeré výhody,
- podpoříte naši činnost do budoucna.

## JAK SE STÁT ČLENEM

Možnost přispívat občasně i pravidelně jakoukoliv částkou dle Vašich možností

**1) OSOBNĚ**
– na kterékoliv naší poradně nebo v našem centru na adrese Česká 141/31, 602 00 Brno
**2) ELEKTRONICKY**
- www.asociace-sos.cz/clenstvi/
**3) BANKOVNÍM PŘEVODEM**
- členský příspěvek můžete zaslat také převodem na číslo účtu 2600115708/2010, jako variabilní číslo uveďte datum narození v úpravě podle tohoto vzoru
- např. pro datum narození 6. 4. 1951 je variabilní symbol 510406
- informujte nás prosím emailem clenove@asociace-sos.cz o úhradě členského příspěvku, ať můžeme ještě před obdržením platby připravit Vaši členskou kartičku. Do předmětu zprávy uveďte „členský příspěvek"

Máte-li zájem o členství v naší organizaci, kontaktujte nás prosím na e-mail: clenove@asociace-sos.cz nebo telefonicky 771 191 191

SOS ASOCIACE
SDRUŽENÍ OBRANY SPOTŘEBITELŮ


**KDE NÁS NAJDETE:**
SOS – Asociace, z. s.
Česká 141/31, 602 00 Brno

**PORADENSTVÍ**
po – pá 9.00 - 16.00
**+420 771 191 191**
Whatsapp poradenství
**poradna@asociace-sos.cz**
www.asociace-sos.cz


Sledujte nás

Pomohla Vám naše činnost, myslíte si, že je naše činnost prospěšná? Staňte se naším sympatizujícím členem a můžete nám přispívat občasně či pravidelně jakoukoliv částkou dle Vašich možností.

Číslo bankovního účtu
**2600115708/2010**

Děkujeme...

Pomáhají nám:

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU
BRNO
PRAHA PRAGUE PRAGA
Jihočeský kraj
tábor
PROSTĚJOV
Vyškov
OZ ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ JUDr. Ondřej Zelenka
SPOTŘEBITELSKÉ FÓRUM
K&P PARTNERS ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ

**www.asociace-sos.cz**

TRVEJTE NA SVÝCH PRÁVECH

# Pozor na GREEN WASHING



# Pozor na GREENWASHING

**Greenwashing je klamavá praktika, kdy firmy vytvářejí dojem, že jejich produkt či činnost jsou šetrné k životnímu prostředí, i když tomu tak není.**




## V ČEM SPOČÍVÁ

**Greenwashing znamená především nedostatek transparentnosti a záměrného zkreslování informací**, s cílem přesvědčit spotřebitele, že je produkt nebo firma šetrná k životnímu prostředí. Typickým znakem je používání vlastních, značek a „certifikátů", které působí věrohodně, ale ve skutečnosti nejsou nijak odborně ověřené. Často se uvádějí sice pravdivé, ale nepodstatné informace, které vytvářejí mylný dojem, že je celý produkt ekologicky odpovědný. Společnosti často spotřebitele přesvědčují, že právě jejich produkt je méně škodlivou volbu ve srovnání s ostatními. Greenwashing často spočívá v tom, že firmy záměrně přehlížejí širší environmentální, sociální nebo ekonomické souvislosti, čímž vytvářejí zkreslený obraz o skutečném dopadu produktu.

Důsledkem těchto praktik je ztráta důvěry spotřebitelů v ekologická tvrzení jako celek, což může ohrozit důvěryhodnost skutečně udržitelných projektů.

## PRÁVNÍ RÁMEC

Momentálně není nikde pojem greenwashing právně souhrnně zakotven a definován.

EU řeší greenwashing prostřednictvím Směrnice o právech spotřebitelů 2011/83, Směrnice o klamavé reklamě 2006/114 a Směrnice o nekalých obchodních praktikách 2005/29, která byla novelou 2024/825 adaptována pro posílení postavení spotřebitelů v rámci zelené transformace.

**NOVINKA: Směrnice o environmentálních tvrzeních v procesu**

Na půdě Evropské unie byla navržena nová směrnice s názvem **Green Claims**, neboli **Směrnice o enviromentálních tvrzeních**.

Cílem této směrnice je zajistit důvěryhodnost a ověřitelnost environmentálních tvrzení, a tím bojovat proti greenwashingu. Dne 20. 6. 2025 však Evropská komise oznámila svůj záměr návrh Směrnice stáhnout, přičemž status návrhu zůstává nejasný. Očekává se však, že diskuze na úrovni EU o regulaci environmentálních tvrzení budou nadále pokračovat.

## GREENWASHING JAKO NEKALÁ OBCHODNÍ PRAKTIKA

Greenwashing je primárně považován za nekalou obchodní praktiku. Nekalá obchodní praktika je dle Zákona o ochraně spotřebitele taková **praktika, která je v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá narušit ekonomické chování spotřebitele.**

Nekalá obchodní praktika se projevuje především klamavým konáním či klamavým opomenutím.

## JAK KLAMAVÉ PRAKTIKY POZNAT?

**Klamavé konání** v rámci greenwashingu může spočívat v:

- Nepravdivá tvrzení o ekologičnosti
- Zdůrazňování nepodstatných faktů, vágní slogany typu „eco-friendly" či „přírodní"
- Používání vlastních značek, které napodobují oficiálních ekoznaček.

**Klamavé opomenutí** v rámci greenwashingu může spočívat v:

- Zamlčování skutečného dopadu na životní prostředí.
- Opomenutí širšího kontextu
- Uvádění neúplných informací.

## NEJČASTĚJŠÍ PŘÍKLADY GREENWASHINGU

**Příklad 1: „Ekologické" plastové obaly**

Značka uvádí „100% recyklovatelný obal", ve skutečnosti, ale:

- Používá se speciální plast, který se běžně recyklovat nedá.

**Příklad 2: „Uhlíkově neutrální" doprava**

Letecká společnost propaguje „uhlíkově neutrální lety"

- Neřeší problém vysokých emisí letadel.
- Žádný let nemůže být uhlíkově neutrální.

**Příklad 3: „Přírodní" kosmetika**

- Přírodního původu je jen zlomek složení produktu, přičemž zbytek jsou syntetické látky.

**Příklad 4: „Eco-friendly" módní kolekce**

- Fast fashion řetězec propaguje „zelenou kolekci", která neřeší problém rychlé obměny kolekcí a krátké životnosti oděvů.

**Příklad 5: „Zelené" čisticí prostředky**

- Obsahují stejné chemikálie jako ostatní produkty.

## JAK SE GREENWASHINGU UBRÁNIT?

**1. Buďte skeptičtí k vágním tvrzením**

- U výrobků označených jako „eco-friendly", „přírodní", „zelený" hledejte konkrétní informace o původu výrobku.

**2. Čtěte složení a informace o výrobě**

- Čtěte složení
- Hledejte informace o celém životním cyklu produktu (výroba, použití, likvidace).

**3. Zjistěte si informace o samotné společnosti**

- Prozkoumejte celkovou firemní politiku, nejen konkrétní produkt.

**4. Hledejte důvěryhodné certifikace**

- Ověřte si, zda jde o nezávislé certifikace nebo jen o vlastní logo firmy.

**5. Spoléhejte na svůj úsudek a nezávislé recenze**

- Příliš dokonalé environmentální tvrzení často nebývá pravdivé.
- Zajímejte se o analýzy a srovnání, které nejsou přímo spojeny s výrobcem.

Potřebuje poradit i s jiným problémem?