

Udržitelnost

Teoretický podkladový dokument

Úvod do teoretického základního dokumentu.....	4
1. Udržitelnost - úvod	5
2. Udržitelné bydlení	10
3. Udržitelné finance	16
4. Udržitelná mobilita	21
5. Udržitelné potraviny.....	24
6. Udržitelnost výrobku: Komplexní přístup EU k výrobě produktů s nižší spotřebou zdrojů	30
6.1. Ekodesign a energetické štítkování	31
6.2. Ekoznačka	35
6.3. Předčasné zastarávání	40
7. Enforcement – udržitelnost produktu	44
7.1. Zavádějící zelená (ekologická) tvrzení o produktech a možné problémy s vymáháním	44
7.2. Práva spotřebitelů a co může přispět k delší životnosti výrobkům	46
7.3. Nové nařízení o doзору nad trhem.....	49

Tento materiál byl sepsán v rámci projektu Consumer PRO, který je iniciativou Evropské komise v rámci Evropského programu pro spotřebitele. Podpora Evropské komise nepředstavuje schvalování obsahu, který odráží pouze názory autorů. Komise nemůže nést odpovědnost za jakékoli použití informací zde obsažených.

ÚVOD DO TEORETICKÉHO ZÁKLADNÍHO DOKUMENTU



Vážení čtenáři,

Tento teoretický podkladový dokument je součástí vzdělávacích zdrojů vyvinutých pro iniciativu EU Consumer Pro, jejímž cílem je zajistit, aby spotřebitelské organizace a další subjekty spotřebitelské politiky byly lépe vybaveny na ochranu spotřebitelů v jejich zemi.

Cílem tohoto dokumentu je poskytnout vám a vašim týmům užitečné a relevantní informace o udržitelnosti. Dokument pokrývá pět klíčových oblastí, kde evropští spotřebitelé a spotřebitelská politika mohou mít největší dopad a příležitost k zapojení se do klimatické krize, a to udržitelné potraviny, finance, mobilita, bydlení a udržitelnost a prosazování produktů.

U každého tématu je rozebráno:

- Proč je pro spotřebitele důležité.
- Jakou je to politickou agendou na úrovni EU.
- Jaké jsou role vnitrostátních a evropských spotřebitelských organizací a aktérů
- Sdílení některých praktických příkladů a případových studií o nástrojích, kampaních a komunikace od vnitrostátních spotřebitelských organizací.

Tento teoretický podkladový dokument tvoří součást řady výcvikových zdrojů. Existují doplňující teoretické podklady o obecném spotřebitelském právu a digitálních právech.

O Consumer PRO

Consumer PRO je iniciativou Evropské komise v rámci Evropského spotřebitelského programu a je realizována BEUC - Evropskou spotřebitelskou organizací. Jejím cílem je prostřednictvím neformálního vzdělávání budovat kapacitu evropských spotřebitelských organizací v celé EU, na Islandu a v Norsku v klíčových odvětvových tématech. Pro více informací nás kontaktujte na info@consumer-pro.eu

1. UDRŽITELNOST - ÚVOD

Proč je pro spotřebitele důležitá udržitelnost

U evropské populace roste obava, že je zapotřebí více opatření v oblasti klimatu. Průzkum Eurobarometru¹ o postojích Evropanů ke změně klimatu od března 2020 ukazuje, že:

- **94 % občanů ve všech členských státech EU uvádí, že ochrana životního prostředí je pro ně důležitá.**
- **91 % občanů uvedlo, že změna klimatu je vážným problémem EU.**
- **Podle 83 % je evropská legislativa nezbytná k ochraně životního prostředí.**

Srovnávací přehled spotřebitelských podmínek z roku 2019 naznačuje, že více než polovina spotřebitelů v EU (56,8 %) uvádí, že alespoň některá jejich nákupní rozhodnutí jsou ovlivněna environmentálními tvrzeními².

To odpovídá zjištěním mnoha členských organizací BEUC, které si všimly rostoucího zájmu spotřebitelů o témata udržitelnosti. V důsledku toho dostávají tyto spotřebitelské organizace stále více otázek od spotřebitelů a mají větší zájem o to, aby mohly lidem poskytovat užitečné rady a nástroje, jako jsou hodnocení produktů a aplikace.

Proto jsme vyvinuli školicí modul Consumer PRO a zdroje o udržitelnosti - abychom vám, jako spotřebitelským profesionálům, pomohli podporovat a vzdělávat spotřebitele v této problematice, aby tito změnili své chování, a také prosazovat zájmy spotřebitelů a lobovat jménem spotřebitelů.

Politická agenda - úroveň EU

Význam otázek životního prostředí pro evropské občany a jejich obavy ze změny klimatu se odrážejí v politické agendě EU. Vzhledem k tlaku veřejnosti si EU nyní stanovila cíl, že do roku 2050 bude čistou ekonomikou s nulovými emisemi uhlíku, a zvýší svůj cíl snížení emisí, který je v současné době 40%, na 50%, nebo možná až na 55% do roku 2030.

Za účelem zavedení nezbytných strukturálních změn oznámila Evropská komise ve své „Zelené dohodě pro Evropu“ („European Green Deal“; prosinec 2019) opatření k zajištění udržitelnosti potravinových systémů, zlepšení energetické účinnosti dopravy a bydlení, posunk více obnovitelným zdrojů energií a k výrobě produktů, které vydrží déle a jsou lépe opravitelné a snadněji recyklovatelné. **Zelená dohoda pro Evropu je komplexním politickým vodítkem pro příštích pět let a dále.** Všechny ostatní politiky EU, jako je průmyslová politika, politika výzkumu, mobilita, oblast potravin, financí, energetiky atd., musí být v souladu s jeho cílem. Abychom však uspěli, bude třeba provést hluboké systémové změny ve způsobu, jakým žijeme, vyrábíme, konzumujeme, topíme a pohybujeme se³. Rovněž potřebujeme, aby se tvůrci politik zaměřili nejen na „změnu klimatu“, ale aby zajistili řešení

1 <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

2 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019-factsheet_en.pdf

3 Viz například: Evropská agentura pro životní prostředí (2019): Přechody udržitelnosti - politika a praxe, <https://www.eea.europa.eu/publications/sustainability-transitions-policy-and-practice>

širších společenských a environmentálních výzev, jako jsou chemikálie, biologická rozmanitost, využívání půdy a výroba potravin.

Aby bylo zajištěno, že budou splněny vize a cíle nastíněné v nové Zelené dohodě pro Evropu, má spotřebitelské hnutí spolu s dalšími skupinami občanské společnosti zásadní roli v kontrole plnění závazků ze strany EU a členských států a též při zajištění jejich jednání v souladu s pařížskými závazky⁴.

Politická agenda na národní úrovni

V roce 1992 na Summitu Země v Rio de Janeiru se zástupci 170 zemí světa (včetně tehdejšího Československa) dohodli na tom, jak systematicky směřovat k udržitelnému rozvoji. Přijali dokument Agenda 21, kterým formulovali jednotlivé kroky v různých oblastech. Kapitola 28 tohoto dokumentu se nazývá: Iniciativy místních úřadů na podporu Agendy 21: „Protože jsou (úřady) úrovní správy nejbližší lidem, sehrávají důležitou roli ve výchově, mobilizaci při reakci na podněty veřejnosti a napomáhají tak dosažení udržitelného rozvoje.“ (Agenda 21)

Místní Agenda 21 (MA21) představuje nástroj pro zavádění udržitelného rozvoje na místní a regionální úrovni. Místní Agenda 21 je proces, který prostřednictvím zkvalitňování správy věcí veřejných, strategického plánování a řízení a zapojování veřejnosti zvyšuje kvalitu života ve všech jeho aspektech.

Hlavní roli v procesu místní Agendy 21 hraje místní samospráva a státní správa. Bez jejich aktivní vůle nemůže místní Agenda 21 jako dlouhodobý koncepční proces vzniknout. Přijetí tohoto procesu by mělo být napříč politickým spektrem – kvalita života a spokojení občané jsou nadstranické cíle. Veřejná správa je tím, kdo zve ostatní ke spolupráci a pro tuto spolupráci vytváří podmínky.

V rámci Pařížské dohody se ČR jako člen EU přihlásila s ostatními členskými státy EU společně snížit do roku 2030 emise skleníkových plynů o nejméně 40 % ve srovnání s rokem 1990.

Česká republika se rovněž zapojila do projektu opravárenských kaváren. První otevřela v roce 2014, ve světě je těchto kaváren stovky. Nejčastěji nesou název Repair Café. V České republice je můžeme nalézt pod názvem OpraKavárna, popřípadě Opravárna. Více informací k nalezení zde: <https://www.opravarina.cz/kamenna-opravarina>.

Zapojení spotřebitelských organizací

Spotřebitelské organizace se historicky do politik v oblasti životního prostředí zapojovaly pouze částečně, zejména se zapojovaly do takových, které se týkaly informací pro spotřebitele, jako jsou ekoznačky a energetické štítky nebo automobilové normy, politika designu výrobků a ochrana práv spotřebitelů.

V posledních letech se však spotřebitelské hnutí stalo vnímavějším k potřebě chránit planetu a sílí pochopení, že je třeba zohlednit zájmy budoucích generací.

Zvýšené povědomí veřejnosti a tvůrců politik o mimořádných událostech v oblasti klimatu zdůrazňuje potřebu spolupráce mezi obhájci spotřebitelů (resp. jejich zastánci) a tvůrci politik. Je klíčové, aby se

⁴Dne 12. prosince 2015 dosáhly smluvní strany Rámcové úmluvy Organizace spojených národů o změně klimatu mezníkové dohody o boji proti změně klimatu a o urychlení a zintenzivnění akcí a investic potřebných pro udržitelnou nízkouhlíkovou budoucnost. Ústředním cílem Pařížské dohody je posílit globální reakci na hrozbu změny klimatu tím, že se v tomto století udrží globální nárůst teploty výrazně pod 2 stupni Celsia nad úrovní před industrializací a bude pokračovat v úsilí o další omezení nárůstu teploty na 1,5 stupně Celsia <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/what-is-the-paris-agreement>.

spotřebitelé skutečně podíleli na zavádění politik, aby byly úspěšné. Ať už se jedná o způsob, jakým jíme, pohybujeme se, cestujeme, žijeme v našich domovech nebo používáme produkty a služby, je zapotřebí velké množství změn postojů a chování spotřebitelů. Je zásadní, aby politiky, které budou zavedeny v následujících měsících a letech, postavily spotřebitele do centra pozornosti všech příslušných akčních bodů.

Evropští spotřebitelé mají obrovskou kupní sílu a pro planetu je rozdíl, jestli se rozhodnou pro udržitelné nebo neudržitelné produkty a služby. Většina nákupních rozhodnutí spotřebitelů se provádí před návštěvou obchodů, a proto je výzvou oslovit spotřebitele předem. Spotřebitelské organizace hrají v tomto procesu důležitou roli jako důvěryhodní zprostředkovatelé, kteří každý den informují miliony lidí prostřednictvím časopisů, poradenských webových článků a videí. Je však třeba dodat k dispozici udržitelnější produkty a služby, se kterými můžeme následně spotřebitelům radit.



a jednají
linek,

V nadcházejících letech bude zapotřebí, aby se skupiny spotřebitelů a odborníků na spotřebitele ujalý své role, aby například pokračovaly v:

- Poskytování nezávislého poradenství spotřebitelům o udržitelných produktech a službách.
- Testování produktů a služeb s ohledem na jejich dopad na životní prostředí.
- Organizaci skupinových nákupů s cílem snížit ceny udržitelných produktů, jako jsou například solární panely⁵.
- Zapojení spotřebitelů do debat o změně prostřednictvím: správy webových komunit, kde mohou kolegové mezi sebou mluvit o svých zkušenostech, jako jsou obnovitelné energie⁶, organizování festivalů s cílem informovat, jak budeme/můžeme žít v budoucnosti⁷ a při společných akcích, jako je shromažďování fotografií spotřebitelů o nežádoucím a zbytečném odpadu z obalů a jejich zasílání tvůrcům politik a hospodářským subjektům
- Spolupráce se sociálními pracovníky na pomoc spotřebitelům, kteří mají potíže s placením účtů za energii, a vzdělávání spotřebitelů v oblasti efektivního využívání energie v jejich domácnostech.
- Spolupráce se školami a vzdělávání učitelů⁸.
- Pořádání demonstračních workshopů s cílem vysvětlit lidem, jak používat nové produkty a služby, například elektrická auta⁹.
- Provádění výzkumu potřeb a preferencí spotřebitelů, například silných přání spotřebitelů omezit plýtvání nebo mít trvanlivější výrobky¹⁰¹¹.

5 Viz kapitola 3 o bydlení

6 Viz kapitola 3 o bydlení

7 <https://www.altroconsumo.it/festival-2019#>

8 Projekt MundoOn v Portugalsku pro školení učitelů: <https://decojovem.pt/iniciativa/mundon/>

9 Workshop Občanské poradenství pro elektrická vozidla 2019 <https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0Aohl8&feature=youtu.be>

10 Viz kapitola 7.3 o projektu PROMPT.

11 Německý Verbraucherzentrale Bundesverband našel prostřednictvím [průzkum veřejného mínění](#) že 96% spotřebitelů si myslí, že je důležité, aby vzniklo méně odpadu z obalů a [89% si myslelo](#) že EU by měla ukládat výrobcům velkých domácích spotřebičů povinnost, aby byly výrobky lépe opravitelné.

- Rozvoj vzdělávacích programů s cílem posílit a lépe vybavit spotřebitelské organizace a další aktéry spotřebitelské politiky na ochranu spotřebitelů v jejich zemích, včetně témat udržitelnosti.
- Programování aplikací, které mají pomoci spotřebitelům vyhnout se škodlivým chemikáliím ve výrobcích a vybrat si zdravější potraviny¹².
- Podpora důvěryhodných značek v oblasti životního prostředí pro spotřebitele, jako je ekoznačka EU.

Udržitelnost ve světle COVID 19

V době psaní tohoto dokumentu nejsou krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé dopady pandemie COVID 19 známy, ale je jasné, že tato krize drasticky ovlivní všechny naše životy a sociální soudržnost v bezprostředním, střednědobém i dlouhodobém horizontu. Kromě řešení okamžité reakce na zdraví obyvatel EU diskutují tvůrci politik na národní, evropské a mezinárodní úrovni o politických opatřeních, která mohou zmírnit negativní ekonomické a sociální dopady. Týká se to okamžité podpory v případě nouze, ale zahrnuje to také rozhodnutí o dlouhodobějších investicích do oživení ekonomiky po skončení bezprostřední zdravotní krize.

Reformy Zelené dohody pro Evropu musí mít správný směr, protože naším cílem nemůže být jednoduše vrátit se ke „starému normálu“, který je hnacím motorem klimatické krize. Všechny veřejné peníze na záchranu podnikatelů by měly být podmíněny změnou směrem k větší udržitelnosti.

Bude prvotní neopakovat chyby z minulosti, například finanční a hospodářskou krizi v roce 2009, kdy se mnozí shodli, že nemůžeme krizi opustit ve stejném stavu, jak jsme do ní vstoupili, ale poté se v praxi změnilo jen málo. Organizace spotřebitelů se zavázaly hrát aktivní roli v procesu přechodu.

Zatímco Evropská komise v současné době ujišťuje občanské organizace, že budou i nadále směřovány na cestě k reformám Zelené dohody pro Evropu, krize spojená s covid-19 bude mít bezpochyby závažné dopady a bude mít rozhodující na to, zda dokážeme vyřešit klimatickou krizi včas.

Z pohledu spotřebitele existují rizika i příležitosti. Je důležité, abyste při formulování příslušných strategií reagovali na národní podmínky a tyto podmínky i zohlednili.

Mezi riziky vidíme následující:

- Na investice do strukturálních změn bude k dispozici méně veřejných peněz. To může například ovlivnit rozpočty vynaložené na výzkum a inovace, zavedení modelových projektů s novými infrastrukturami (jako jsou dobíjecí stanice pro elektrická vozidla), veřejné budovy,



12 Členové BEUC, Forbrugerrådet TÆNK (Dánsko), Sveriges Konsumenter (Švédsko) a VKI (Rakousko) jsou součástí projektu financovaného z LIFE Ask Reach: <https://www.askreach.eu/partners-and-supporters/>. Forbrugerrådet TÆNK také naprogramoval aplikace „Kemiluppen“ a UFC Que Choisir aplikaci „QuelCosmetic“, aby spotřebitelům pomohly vybrat si kosmetiku, která neobsahuje určité škodlivé chemikálie.

které jsou ekologické (např. Pasivní kancelářské budovy s inovativními koncepcemi pro světlo, větrání, sběr dešťové vody, využívání obnovitelných energií atd.)¹³

- Odpor tvůrců vnitrostátní politiky proti Zelené dohodě pro Evropu.
- Menší pozornost spotřebitelů, protože jsou zaměstnání jinými problémy, kvůli nimž je zvyšování jejich povědomí o udržitelnosti výzvou.
- Menší schopnost spotřebitelů, kteří ztratili práci, žít udržitelněji v případě, že je to dražší.
- Více pobídek pro společnosti, aby „zradily spotřebitele“, například formou zvýšení cen za „udržitelné“ výrobky, a to i u těch, které udržitelnost nesplňují.

Mezi příležitostmi vidíme následující faktory:

- Větší povědomí spotřebitelů o tom, že změna je nezbytná, možná a proveditelná.
- Nové dovednosti, znalosti a zájem některých spotřebitelů, které tito získali během krize, jako je vaření a šití, hraní s dětmi, podpora místních malých společností, účast na videokonferencích pro profesionální účely.
- Nové a posílené uznání významu neporušeného životního prostředí, jako je menší hluk, čistý vzduch, zpěv ptáků ve městech atd.
- Nové prostředky ke změně životního stylu, jako je výměna oblečení, hraček a knih, delší používání výrobků a jejich oprava, častější vaření doma místo v restauraci, trávení kvalitního času s rodinou místně kvůli ekonomickému tlaku.
- Více solidarity a pocit, že můžeme překonat velkou krizi, pokud budeme všichni spolupracovat a jednat více ve společném zájmu. To může lidem dávat pocit, že nejsou bezmocní a že na jejich činech záleží.

13 Jednání o příštím víceletém rozpočtu EU skutečně naznačují, že na program v oblasti zdraví, výzkum a vývoj a ochranu životního prostředí může být k dispozici méně peněz, než se původně navrhovalo na období 2021–2027. <https://www.europarl.europa.eu/news/cs/headlines/priorities/eu-s-long-term-budget/20200722IPR83804/eu-long-term-budget-deal-must-be-improved-for-parliament-to-prijme>

2. UDRŽITELNÉ BYDLENÍ

Proč je udržitelné bydlení pro spotřebitele důležité

Spotřebitelé vidí, že jejich účty za energie rostou a mnoho z nich má potíže s udržováním svých účtů pod kontrolou, protože žijí v neefektivních domech nebo nemají přístup k udržitelnějším řešením.



Budovy dnes představují největší podíl spotřeby energie v EU. Zejména obytný sektor představuje 45 % celkové spotřeby energie na vytápění a chlazení v EU. **Evropské bydlení musí být udržitelné, aby bylo možné dosáhnout ambicí EU v oblasti klimatu.** Protože většina bytového fondu do roku 2050 existuje již dnes, měla by se pozornost zaměřit na dekarbonizaci budov prostřednictvím vyšší míry renovace, přechodu na obnovitelné vytápění a chlazení, používání nejúčinnějších produktů a zařízení, inteligentních systémů správy budov/zařízení a zlepšování izolačních materiálů.

Zatímco energeticky úsporné domy jsou dobré pro peněženku spotřebitelů, dobré pro klima a dobré pro veřejné zdraví (menší znečištění ovzduší), spotřebitelé se často potýkají s výhodami investic do renovací a chybí jim nástroje. Podpora financování je buď málo známá, nebo jednoduše nedostupná. Podle členů BEUC, národních spotřebitelských organizací, jsou hlavními problémy, které brání spotřebitelské akci při renovaci domů:

- nedostatečné povědomí o výhodách renovace.
- nedostatek dostupných/vhodných finančních prostředků na renovace.
- nedostatek právní jistoty.
- nedostatek dostupných důvěryhodných nestranných rad.

Zapojení spotřebitelů do energetického přechodu je klíčem k tomu, aby byla veřejnost přijata v období změn. I když mají spotřebitelé zájem aktivně přispívat k přechodu na energii, jejich každodenní realita znamená, že je také třeba být přesvědčen, že mohou ušetřit peníze, zlepšit úroveň pohodlí a při přechodu na energii mít zabezpečení dodávek.

Spotřebitelé potřebují informace o dopadu svých rozhodnutí a související uhlíkové stopy. Musí být schopni snadno určit nejlepší řešení pro ně, například při rozhodování o vlastním využití energie nebo celkových nákladech na vlastnictví, při investování do vytápěcích nebo chladicích zařízení. Potřebují informace a snadný přístup k dostupným schématům podpory. Zároveň potřebují adekvátní radu od kvalifikovaných odborníků, kteří renovují jejich domovy, a také pomoc při organizaci přemístění během renovace. I když jsou informace důležité, měly by být chápány jako součást řešení společně s dobře navrženými a stabilními politikami, které poskytují jistotu jejich investic a důvěry.

Politická agenda - úroveň EU

Za účelem zlepšení energetické účinnosti svého fondu budov vytvořila EU legislativní rámec, který zahrnuje směrnici o energetické náročnosti budov 2010/31/EU (EPBD) a směrnice o energetické

účinnosti 2012/27/EU. Obě směrnice byly změněny v rámci balíčku Čistá energie pro všechny Evropany, v letech 2018 a 2019.

Předně, [pozměněná směrnice o energetické náročnosti budov \(2018/844/EU\)](#) vysílá silný politický signál o závazku EU modernizovat stavební odvětví s ohledem na technologická vylepšení a zvýšení míry renovace budov. Směrnice o energetické náročnosti budov pověřuje členské státy, aby vypracovaly národní dlouhodobé strategie renovace, aby byl do roku 2050 vysoce efektivní fond budov EU, což znamená snížení emisí o 80-95 % ve srovnání s rokem 1990. Tohoto obecného politického cíle bude dosaženo prostřednictvím ustanovení, od „smart indikátorů“ pro budovy až po certifikáty energetické náročnosti (EPC). První z nich je nástroj pro měření schopnosti budov přijímat nové technologie a interagovat s rozvodnou sítí za účelem dosažení vyšší úrovně účinnosti. Druhý jmenovaný spočívá v certifikačním schématu ke zlepšení srovnatelnosti energetické náročnosti budov před a po jejich renovaci. Směrnice také zavádí výstavbu dobíjecích stanic pro elektrická vozidla (EV) pro nové obytné budovy a požaduje, aby členské státy při navrhování vnitrostátních strategií renovace zvážily opatření ke zmírnění energetické chudoby. Termín pro provedení směrnice o energetické náročnosti budov do vnitrostátního práva byl březen 2020.

Za druhé, [pozměněnou směrnicí o energetické účinnosti \(2018/2002\)](#) bylo dohodnuto, že dojde k aktualizaci politického rámce na rok 2030 a další. Klíčovým prvkem pozměněné směrnice je hlavní cíl energetické účinnosti do roku 2030 ve výši nejméně 32,5 %. Cíl, kterého má být dosaženo společně v celé EU, je stanoven ve srovnání s modelovými projekcemi na rok 2030. Jedním z hlavních cílů revidované směrnice o energetické účinnosti je snížit spotřebu energie, a tím snížit účty za energii pro spotřebitele. Jejím cílem je také snížit závislost Evropy na dovozu energie, motivovat výrobce k inovacím a přilákat více investic do stavebnictví.

Za třetí, [nařízení o správě a řízení \(Nařízení 2018/1999\)](#) lze definovat jako základní kámen balíčku opatření „Čistá energie pro všechny Evropany“, který stanoví směr k dosažení dlouhodobých cílů energetické unie v souladu s Pařížskou dohodou o klimatu. Tím, že nařízení požaduje, aby členské státy vypracovaly dlouhodobé strategie a integrované národní energetické a klimatické plány, stanoví jasná pravidla, jak mimo jiné dosáhnout cíle EU v oblasti energetické účinnosti do roku 2030.

Současná Evropská komise stanovila Evropský zelený údel jako jednu z klíčových priorit a v rámci své iniciativy zavedla vlnu renovace veřejných a soukromých budov jako součást svého **Evropského zeleného údělu**. Jejím cílem je přijmout další opatření a vytvořit podmínky nezbytné pro rozšíření renovace a využití významného potenciálu stavebního sektoru v oblasti úspor. Podle [sdělení Evropské komise o zelené dohodě](#) z prosince 2019:

„Komise bude důsledně prosazovat právní předpisy týkající se energetické náročnosti budov. To začne hodnocením vnitrostátních dlouhodobých strategií renovace v roce 2020. Komise rovněž zahájí práce na možnosti zahrnutí emisí z budov do evropského obchodování s emisemi v rámci širšího úsilí o zajištění toho, aby relativní ceny různých zdrojů energie poskytovaly správné signály pro energetickou účinnost. Kromě toho Komise přezkoumá nařízení o stavebních výrobcích. Mělo by zajistit, aby návrh nových a renovovaných budov ve všech fázích byl v souladu s potřebami oběhového hospodářství, a vést k větší digitalizaci a klimatické odolnosti fondu budov.“

Současně Komise navrhuje spolupracovat se zúčastněnými stranami, u nichž se očekává, že budou zahrnovat otevřenou platformu spojující příslušné zúčastněné strany. V neposlední řadě, jim bude poskytnuta finanční podpora pro renovace budov, která může také poskytnout jedinečnou příležitost

pro členské organizace BEUC a další odborníky v oblasti ochrany spotřebitele, aby vytvořili národní poradenské programy a pomohli spotřebitelům získat přístup k tomuto financování na renovaci budov. Podle pracovního programu Komise se tato iniciativa očekává ve třetím čtvrtletí roku 2020.

Politická agenda na národní úrovni

Pokud jde o Českou republiku a její aktivitu v oblasti udržitelného bydlení, využívá hned několik nástrojů. Ministerstvo průmyslu a obchodu zapojuje při plnění svých cílů v oblasti energetické účinnosti soukromý sektor, a to pomocí dobrovolných dohod. K těmto dohodám se mohou připojit subjekty, kterým není kvalita životního prostředí lhostejná. Do dané dobrovolné akce se již zapojilo několik relevantních subjektů podnikatelského sektoru a s dalšími aktuálně probíhají jednání.

Motivačním nástrojem ze strany státu je také program ENER.G. Ten podporuje úspory energií v konečné spotřebě v podnikatelském sektoru, a to díky čerpání zvýhodněného úvěru pro energeticky úsporné projekty. Podporované projekty se musí týkat pouze určitých aktivit, mezi které patří například zvýšení energetické účinnosti budov či výroba energie z obnovitelných zdrojů. V programu zároveň stále probíhají změny, které by měly vést k zapojení širšího spektra žadatelů.

Vývojem prochází i vyhláška č. 264/2020 Sb., o energetické náročnosti budov, jejíž pomocí Česká republika reaguje na výše zmíněné prameny práva EU. Uvedená vyhláška řeší energetickou náročnost budov, která by se měla co nejvíce blížit nule a zároveň upřesňuje její výpočet. V příloze vyhlášky lze nalézt i vzor průkazu energetické náročnosti budovy, kdy povinnosti týkající se průkazu energetické náročnosti budov jsou uvedené v ustanoveních zákona č. 406/2000 Sb., o hospodaření energií.

Zapojení spotřebitelských organizací do „udržitelného bydlení“

Mezi klíčové oblasti práce spotřebitelských organizací patří:

- **Poradenství spotřebitelům při snižování jejich spotřeby energie:** Přístup k jasným a transparentním informacím není spotřebitelům vždy k dispozici. Musí snadno určit nejlepší řešení při výběru svých dodavatelů a zdrojů energie nebo při investování do čistých technologií (například tepelných čerpadel). Některé spotřebitelské organizace poskytují obecné rady a doporučení týkající se energetické účinnosti a srovnání produktů (např. u topných zařízení).
- **Pomoc spotřebitelům při renovaci domů:** Umožnit přístup k informacím o tom, jak snížit mezery v energetické účinnosti, stejně jako o nezávislých odbornících nebo certifikátech energetické náročnosti. Dalším možným krokem by se mohly spotřebitelské organizace dále zaměřit na poskytování poradenství šitého na míru zákazníkům v oblasti energetických renovací a také na to, aby spotřebitele provedli nezbytnými kroky (celou cestou zákazníka), organizovali kolektivní akce renovace budov a nabídli jim nové služby.
- **Ovlivňování právních předpisů s cílem zajistit, aby měli spotřebitelé snadný přístup ke všem potřebným nástrojům:** spotřebitelé musí být podporováni finančními pobídkami a dobře



navrženými a stabilními politikami, které zajišťují investiční jistotu. Programy obnovy, zelené půjčky nebo pobídky pro pronajímatele jsou všechny klíčové oblasti, kde lze spotřebitelům lépe umožnit energetický přechod. Zvláštní pozornost by měla být věnována spotřebitelům ve zranitelných situacích, nájemcům a vícepodlažním budovám.

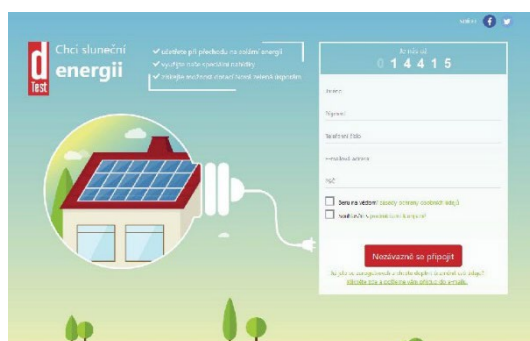
- **Pečlivé sledování trhu a prosazování silných práv spotřebitelů a lepších nabídek:** Je třeba udělat více pro zvýšení energetické účinnosti a přechodu k obnovitelným zdrojům v odvětví vytápění a chlazení. Součástí této práce je zajištění zdravé konkurence mezi společnostmi a zajištění práv a ochrany spotřebitele.
- **Testování a ovlivňování technických norem** relevantní pro výrobky a renovaci budov (např. zkouška materiálů: okna, izolace).

Národní příklady nebo nástroje pro vzdělávání a zapojení spotřebitelů

- **Skupinový nákup zařízení na výrobu obnovitelné energie**

Projekt CLEAR podpořil mnoho zemí skupinovými nákupními kampaněmi.

Solární panely - v Belgii a České republice šlo o kampaně týkající se solárních panelů. V Belgii, kde je průměrná Belgie zodpovědná za emise 8 tun emisí CO₂ ročně, se společnosti Test-Achats podařilo snížit skupinové nákupy solárních panelů o 60 000 tun emisí CO₂ ročně¹⁴.



V České republice "**Chci sluneční energii**"¹⁵ kampaň zaregistrovala 14 556 zájemců o skupinový nákup fotovoltaiky.

Tepelná čerpadla a kamna na pelety byla také součástí skupinových nákupních schémat v Belgii, České republice, Slovinsku, Portugalsku, Španělsku a Itálii¹⁶.

Litva - projekt SOL „Solární energie pro vícegenerační budovy“ - od roku 2017, [ALCO](#) (Aliance litevských spotřebitelských organizací) se zasazuje o více solárních fotovoltaických technologií v sektoru bytových domů s více rodinami, kde byla zjištěna velká propast ve srovnání s těmi, kteří žijí v domech. Prostřednictvím vytváření mezinárodních partnerství a [provádění výzkumu](#) do nejlepších mezinárodních postupů a možných řešení si ALCO vybudovalo silnou advokační pozici na národní scéně tvorby politiky. Ministr energetiky ALCO uznal jako důležitého účastníka a pod záštitou ministerstva byla pozvána jako jeden z pěti původních signatářů Aliance Prosumers. Program

¹⁴ Vydání časopisu Test-Achats 623, říjen 2017.

¹⁵ www.chcislunecnienergii.cz

¹⁶ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf

prosumer zavedený v říjnu 2019 je v současné době považován za jeden z nejvíce „prosumersky vstřícných“ v EU, který otevírá skutečné možnosti rodinám, které žijí v bytech, stát se prosumers a překonat mnoho překážek, které byly před několika lety považovány za nepřekonatelné.

Citizens Advice Bureau, UK - [Pomáhat spotřebitelům zvyšovat energetickou účinnost jejich domovů.](#)

SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ- Hodnocení a podpora obchodníků: Spotřebitelská organizace Který? Vyvinula [Which? Logo Trusted Trader](#), které má pomoci spotřebitelům vybrat si správného prodejce a poukázat na dobré podnikatele, kteří mohou provádět zásadní renovace domu nebo při hledání odborné pomoci ke zlepšení energetické účinnosti doma. Štítek je známkou dobrého jména a důvěry.

STEP projekt: BEUC koordinuje projekt [Řešení energetické chudoby](#) (STEP), který zahrnuje 9 členů BEUC. Hlavní myšlenkou projektu je poskytovat poradenství zranitelným lidem pomocí jednoduchých, konkrétních a nákladově efektivních tipů a opatření, aby mohli ušetřit na svém účtu za energii. Co dělá projekt STEP jedinečným, je to, že národní spotřebitelské organizace spolupracují s frontovými pracovními skupinami, které již poskytují zranitelným občanům rady v různých otázkách, jako jsou rady ohledně rozpočtu domácnosti nebo zdravotní tipy, aby se dostali k lidem v energetické chudobě nebo v riziku. Projekt získal finanční prostředky z finančního programu Horizon2020. Další informace viz: [Web projektu STEP](#) a [Zprávy STEP](#).



Projekty CLEAR a CLEAR 2.0: CLEAR projekt umožňuje spotřebitelům učit se o obnovitelných zdrojích, spolupracovat s nimi a přijímat je. CLEAR 2.0 byl projekt evropských spotřebitelských organizací, který má poskytovat poradenství a podporu spotřebitelům, kteří chtějí ve svých domácnostech vyrábět elektřinu a teplo z obnovitelných zdrojů energie. Projekt byl financován z programu Evropské unie pro výzkum a inovace Horizont 2020 a probíhal od září 2017 do února 2020.



Prostřednictvím CLEAR jsme byli schopni:

- Získat lepší pochopení motivace spotřebitelů a hlavních spouštěčů ke změně jejich chování prováděním online rozhovorů
- Testováním toho, co vede spotřebitele k efektivnějšímu využívání energie, sledujte skupinu domácností a poskytujte jim informace a vybavení
- Pomoci spotřebitelům lépe se informovat při výběru hodnocením výkonu obnovitelných systémů a zpřístupněním těchto informací více domácnostem pomocí nových online nástrojů
- Dopřát spotřebiteli nákup levnějšího a chytřejšího zboží prostřednictvím skupinových nákupů
- Přispívat k ambicióznějším vnitrostátním a evropským energetickým politikám, kde jsme prosazovali snadné a rychlé administrativní a povolovací procesy, jakož i jednotná kontaktní místa poskytující spotřebitelům informace a osobní rady.

Pro více informací viz [Web CLEAR 2.0](#), [informační list](#) a [Výsledky a doporučení CLEAR 2.0](#).

Další zdroje o udržitelném bydlení - informační přehledy, publikace, odkazy

- **Informační přehled o projektu Clear 2.0** - umožnit spotřebitelům získávat informace o obnovitelných zdrojích energie, zapojovat se do nich a přijímat je
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf
- **BEUC poziční dokument o budoucnosti spotřebitelů energie**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-055_the_future_of_energy_consumers.pdf
- **BEUC poziční dokument: Nižší spotřeba energie, nižší účty za energii:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-029_lower_energy_consumption_lower_energy_bills.pdf

3. UDRŽITELNÉ FINANCE

Proč je pro spotřebitele důležité udržitelné financování?

Pokud jde o podporu spotřebitelů, aby přispěli k boji proti změně klimatu a byli schopni žít udržitelným způsobem, je klíčovým tématem řešení problematiky financí a finančních systémů. V současné době si spotřebitelé nejsou dostatečně vědomi toho, že mohou změnit své finanční rozhodnutí a řídit trhy.

Pro většinu spotřebitelů jsou banky jednotným kontaktním místem, pokud jde o správu všech jejich financí. Dostávají mzdu a všechny ostatní platby a výhody na své běžné účty, stejně jako šetří peníze a investují na důchod, berou si půjčky, kupují pojištění atd. To vše uskutečňují prostřednictvím své banky. To znamená, že každý rok prochází bankami biliony eur¹⁷, peníze, které by mohly být použity na iniciativy, které mají pozitivní dopad na životní prostředí a společnost a přispívají ke zmírňování změny klimatu.

Vzhledem k naléhavosti situace a navzdory současnému úsilí směřovat zdroje k udržitelné ekonomice drtivá většina bank tyto biliony nadále využívá k investování a financování aktivit náročných na emise, včetně průmyslu fosilních paliv.

Například ve Švédsku investuje sedm největších bank téměř dvakrát tolik peněz stádatelů do fosilní energie ve srovnání s udržitelnou energií. Z každých sto centů, které švédské banky investují a půjčují energetickému sektoru, jde 64 SEK na fosilní energii a pouze 36 SEK na udržitelnou energii. Celkově banky investovaly 44,2 miliardy SEK do fosilní energie a pouze 9,8 miliardy SEK do udržitelné energie¹⁸.



Mnoho spotřebitelů by chtělo, aby jejich peníze přispěly k budování ekologičtějších, spravedlivějších a inkluzivnějších společností, například k financování činností, které mají pozitivní dopad na životní prostředí. V současné době však finanční instituce nepodávají dostatek zpráv o svých environmentálních strategiích, včetně informací o tom, kde jsou peníze investovány. V této souvislosti

finanční instituce nadále poskytují nedůvěryhodné finanční poradenství, když spotřebitelé uzavírají smlouvu o investičním fondu nebo životním pojištění¹⁹, bez ohledu na preference udržitelnosti spotřebitelů. Výsledkem je, že spotřebitelé mohou nevědomky přispívat k porušování životního prostředí, klimatu a lidských práv. Spotřebitelé totiž nemají dostatek informací, díky nimž by porozuměli tomu, že k daným jevům dochází.



17 V roce 2015 měly evropské domácnosti na spořicích účtech více než 10 bilionů EUR https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-101_savings_accounts_in_eu-a_dormant_market-study.pdf

18 <https://fairfinanceguide.se/media/494515/lagg-om-vaxeln.pdf>

19 Podívejte se na kampaň BEUC na thepriceofbadadvice.eu, která zdůrazňuje pokračující nedostatečnost finančního poradenství poskytovaného spotřebitelům. BEUC požaduje zákaz vyplácení „pobídek“ finančním poradcům, což by vedlo k neobjektivnímu nestrannému finančnímu poradenství pro spotřebitele.

Ve svém pracovním programu na rok 2020 Evropská komise oznámila svůj záměr zveřejnit obnovenou strategii udržitelného financování ve třetím čtvrtletí roku 2020. V dubnu 2020 zahájila Evropská komise veřejnou konzultaci o své obnovené strategii udržitelného financování, na kterou BEUC reagoval²⁰vyjadřující obavy spotřebitelů v širší diskusi o udržitelném financování. Konzultace byla rozdělena do dvou hlavních sekcí: 1) První byla adresována všem zúčastněným stranám a týkala se toho, jak se finanční sektor a ekonomika mohou stát udržitelnějšími; 2) Druhá byla zaměřena na odborníky, kteří kladli další technické a strategické otázky týkající se budoucnosti udržitelných financí. Reakce BEUC na konzultaci přinesla Evropské komisi řadu konkrétních politických doporučení, která mají zajistit, aby spotřebitelé mohli být lépe informováni o charakteristikách udržitelnosti produktů finančních služeb, na které se ve svém každodenním životě spoléhají, včetně:

- Požadavků, aby všechny finanční produkty (spořicí účty, investiční fondy, životní pojištění, důchody atd.) zveřejňovaly jejich udržitelnost. Například na základě systému hodnocení barev podobného již známému energetickému štítku, kde pevná zelená A je nejudržitelnější a červená G nejméně udržitelná.
- Většího úsilí evropských institucí v boji proti ekologickému vymáhání ze strany poskytovatelů finančních služeb, což je klíčové riziko pro spotřebitele.
- Rozvoje tzv. Hnědé taxonomie činností, které negativně ovlivňují klima a životní prostředí.
- Požadavku, aby evropské orgány dohledu v rámci svých každoročních studií hodnotily náklady a výkon produktů ESG ve srovnání s jejich tradičními protějšky.
- Lepší dohledu a regulace ratingů ESG a ratingových agentur ESG.
- Ambiciózních pravidel pro vytvoření ekoznačky EU pro retailové finanční produkty.
- Požadavku, aby finanční poradci hodnotili preference udržitelnosti klientů při hledání investičního poradenství, a požadavek, aby finanční poradci byli při poskytování investičního poradenství adekvátně proškoleni o produktech ESG.
- Podpory iniciativ, které vedou spotřebitele a pomáhají jim při srovnávání udržitelnosti a investičních postupů úvěrových institucí a jiných finančních společností, jako je [Průvodce spravedlivými financemi](#).

Mezi další příslušné právní předpisy EU a pracovní postupy v oblasti udržitelného financování patří:

- **Ekoznačka EU pro investiční produkty** - skupina odborníků zřízená Evropskou komisí v současné době vyvíjí ekoznačku EU²¹, klasifikační systém EU pro udržitelné činnosti u finančních produktů založených na taxonomii, který má pomoci investorům, společnostem, emitentům a navrhovatelům projektů přejít na nízkouhlíkovou, odolnou a efektivně využívající ekonomiku. Občanská společnost, včetně koordinátora ekoznačky BEUC, je zapojena do zajištění spolehlivého označení založeného na přísných podmínkách, které zabrání zeleným a zavádějícím informacím pro spotřebitele.

²⁰https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf

²¹ Viz kapitola 7.2 o Ecolabel

- V březnu 2020 předložilo Společné výzkumné středisko Evropské komise návrh požadavků na ekoznačku EU pro produkty retailových finančních služeb. V dubnu 2020 zveřejnil BEUC své připomínky²² (ve spolupráci s dalšími organizacemi občanské společnosti) k tomuto návrhu, který zdůrazňuje několik obav. Organizace BEUC a další organizace občanské společnosti uvedly, že návrh SVS by měl být vylepšen, aby se zajistilo, že ekoznačka EU odpovídá danému účelu, a zajistí, aby se produkty v rámci ekoznačky EU zaměřovaly na investice do ekologických hospodářských činností. Přesněji bylo mimo jiné navrženo, aby konečná značka odpovídala očekávání retailových investorů, tj. minimálně 51 % zelených investic do fondů a přísná kritéria vyloučení pro významně škodlivá odvětví. BEUC a CSO se zasazují o budoucí ekoznačku EU, která chrání retailové investory a spotřebitele obecně před greenwashingem a splní jejich očekávání od značky environmentální excelence.
- **Návrhy aktů v přenesené pravomoci „MiFID II“ (směrnice o trzích finančních nástrojů) a „IDD“ (směrnice o distribuci pojištění)** - Evropská komise zveřejnila návrhy aktů v přenesené pravomoci dne 8. června 2020 a zahájila čtyřtýdenní konzultaci do 6. července 2020. Pokud budou návrhy aktů v přenesené pravomoci přijaty, budou podléhat kontrole ze strany Evropského parlamentu a Rady. Změněná pravidla budou platit od 12. měsíce po jejich zveřejnění v Úředním věstníku EU. Podle návrhů aktů v přenesené pravomoci se vyžaduje, aby finanční poradci začlenili faktory udržitelnosti do investičního poradenství poskytovaného spotřebitelům. Spotřebitelské organizace usilují o to, aby ve fázi vypracovávání návrhu zajistily, že tyto texty budou přiměřeně chránit spotřebitele, tím, že budou požadovat, aby finanční poradci adekvátně posoudili preference v oblasti životního prostředí, sociální oblasti a správy věcí veřejných (ESG) u klientů, kteří hledají finanční poradenství (například při hledání rady ohledně důchodového produktu), životní pojištění nebo investiční fond).

Hnědá taxonomie - nařízení EU o taxonomii v současné době stanoví pouze „zelenou taxonomii“²³. Nezahrnuje „hnědou taxonomii“ s kritérii pro ekonomické činnosti, které mají negativní dopad na životní prostředí. Kampaň za hnědou taxonomii by znamenala, že drobní investoři pochopí, kdy jejich investice podporují neudržitelné aktivity.

Politická agenda na národní úrovni

Co se týče udržitelných financí, tato významná oblast se prozatím upravuje v rámci přenesené pravomoci na poli EU, kde se řeší jednotně. Aktuálně tedy teprve prochází orgány EU ambiciózní balíčky opatření, které mají pomoci zlepšit tok peněz směrem k udržitelným činnostem. Zmínit lze směrnici o trzích finančních instrumentů (MiFID II) a směrnici o distribuci pojištění (IDD).

Zapojení spotřebitelských organizací

Svět udržitelného financování je rostoucí oblastí a existuje mnoho klíčových rolí, které mohou spotřebitelské organizace hrát:

²² http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf

²³ Dne 18. prosince 2019 dosáhly Rada a Evropský parlament a [politická dohoda o nařízení o taxonomii](#). Dne 15. dubna 2020 Rada [přijala písemným postupem svůj postoj v prvním čtení k nařízení o taxonomii](#). Evropský parlament schválil text v souladu s postupem „dohody o počátečním druhém čtení“ dne 18. června 2020. Text nyní také byl [zveřejněn](#) v Úředním věstníku EU a vstoupí v platnost dvacátým dnem po zveřejnění.

- **Podpora spotřebitelů při vysledování jejich zelených nebo špinavých fondů** - výzkum a poskytování informací spotřebitelům o tom, kam jdou jejich finanční prostředky. Například průvodce Fair Finance²⁴ je příkladem práce, kterou mohou spotřebitelské organizace udělat, aby pomohly spotřebitelům získat transparentnější informace o tom, kam jejich banky směřují peníze. Průvodce představil sociálně a environmentálně destruktivní praktiky evropských bank od financování expanze palmového oleje v Indonésii až po odhalení rozsahu jejich pokračujících investic v odvětví fosilních paliv na rozdíl od obnovitelných zdrojů.
- **Tlak na další řadu produktů** -V současné době je k dispozici omezená řada produktů pro spoření, investice a penzijní fondy na základě cílů a kritérií v oblasti životního prostředí, sociální oblasti a správy věcí veřejných (ESG). Spolu s omezenými veřejnými informacemi mají spotřebitelé velmi omezený výběr služeb, které používají ke správě svých soukromých financí, a spotřebitelské organizace se mohou zapojit a vytvářet spotřebitelský tlak na více základních produktů ESG. Spotřebitelské organizace by mohly zvýšit povědomí o tom, že spotřebitelé mohou řídit trhy a vyvíjet tlak na své požadavky a možnosti volby.
- **Vzdělávání spotřebitelů o „greenwashingu“ cílů ESG a kritérií** - I když může být pro banky pozitivní, že budou vnímány jako udržitelné a sociálně uvědomělé, je třeba na banky vyvíjet vyšší tlak, aby zajistily, že cíle ESG jsou v bankovním systému inherentní a nedílnou součástí. Je třeba účinně čelit praktikám „ekologického mytí“, tj. výrobkům, které vypadají zeleně, ale ve skutečnosti tomu tak není.
- **Nabízí srovnání nabídek zelených půjček** - Taková činnost může podpořit spotřebitele v hledání výhodných zelených nezajištěných půjček na investice do obnovitelných zdrojů (jako jsou tepelná čerpadla nebo solární panely), zeleného zboží, jako jsou elektromobily, jakož i energeticky účinných hypoték nebo půjček na energeticky účinné renovace bytových domů.
- **A konečně** - spotřebitelé nejsou schopni zmírnit nebo si být vědomi rizik pro své investice do odvětví založených na uhlíku prostřednictvím uvízlých aktiv²⁵ - investice, důchody a úspory by měly být chráněny před riziky změny klimatu a neudržitelným financováním. Spotřebitelské organizace by se mohly zasazovat o větší transparentnost, pokud jde o financování a investice finančních institucí.

Národní příklady nebo nástroje pro vzdělávání a zapojení spotřebitelů

- **Průvodce spravedlivými financemi - Norsko a Švédsko**



Norská spotřebitelská organizace Forbrukerrådet a švédská Sveriges Konsumenter jsou součástí sítě Fair Finance Guide, což je projekt, jehož cílem je hodnotit a porovnávat přední banky v

²⁴ Případové studie financování a investic evropských bank z příručky Fair Finance: <https://fairfinanceguide.org/ffg-international/case-studies/>

²⁵Uvízlý majetek je majetek, který trpí předčasnou a neočekávanou ztrátou hodnoty. Vědci z London School of Economics poukázali na to, že změna klimatu má dvojí riziko, že povede k uvíznutí majetku. Za prvé, extrémní povětrnostní jevy mohou přímo zničit rozhodující aktiva, jako je infrastruktura, stejně jako využití půdy nebo snížit jejich produkční hodnotu. Zadruhé může snížit produkci těchto aktiv, a tím vést k nižší návratnosti investic. Proto má smysl chránit investory také tvrdší opatření v oblasti změny klimatu, která by těmto výsledkům zabránila. Další informace viz: <https://www.beuc.eu/press-media/news-events/tougher-action-climate-change-makes-sense-investors>

jejich zemi na základě environmentálních, sociálních a správních kritérií.

Norský průvodce spravedlivými financemi hodnotí 13 bank ohledně jejich politik a postupů <https://etiskbankguide.no/>. Fair Finance Guide Sweden pokrývá 7 největších a 2 alternativní banky ve Švédsku - <https://fairfinanceguide.se/>

- **Litva - Společná monitorovací skupina pro udržitelné finance (projekt SURF).** Podobně jako u [Fair Finance International](#) projektu Aliance litevských spotřebitelských organizací (ALCO) replikuje systém hodnocení bank pro litevské spotřebitele. Projekt se zaměřuje na dopad třemi způsoby: Produkce cílených informačních kampaní, které pomáhají spotřebitelům aktivně hledat a investovat do finančních maloobchodních produktů zaměřených na udržitelnost; Spolupráce s místními aktéry finančního sektoru s cílem podpořit vytváření a uvádění produktů na trh; Lobování a prosazování právního rámce u subjektů s rozhodovací pravomocí, pokud jde o právní rámec pro přeorientování finančního sektoru z investic „jako obvykle“ na udržitelné investice. Cílem je vybudovat finanční systém, kde zvýšená role a tlak spotřebitelů zohledňujících udržitelnost umožňuje hluboký přechod finančního systému.
- **Belgie - Réseau Financité** (The Alternative Finance Networking) je belgická síť, jejímž hlavním cílem je podpora sociálně odpovědného a etického financování. Réseau Financité provádí výzkum, rozvíjí znalosti a podporuje jednotlivce při hledání etických a odpovědných finančních produktů. Síť pravidelně publikuje [zprávy ohledně](#) hodnocení finančních produktů, které podporují sociální, etické, správní a environmentální aspekty, s cílem pomoci drobným investorům, kteří chtějí investovat své peníze odpovědným způsobem. Síť také provozuje [srovnávací web](#) (včetně spořicíh účtů, investičních fondů a penzijních produktů atd.), který umožňuje uživatelům snadno porovnávat charakteristiky ESG produktů finančních služeb (na základě souboru kritérií a [metodologie](#) vyvinutý sítí).

Další zdroje - informační listy, publikace, odkazy

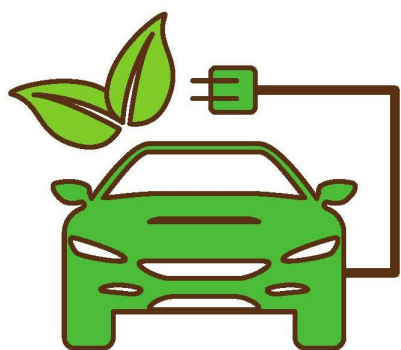
- **Webové stránky Evropské komise o obnovené strategii udržitelného financování**
https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en
- **Odpověď BEUC na Evropskou zelenou dohodu o „Financích“ strana 10:**
http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **Průvodce spravedlivými financemi** - projekt realizovaný v několika zemích EU, který podporuje povědomí spotřebitelů hodnocením finančních institucí podle kritérií udržitelnosti: <https://fairfinanceguide.org/>
- **Finance Watch** - Evropská nevládní organizace založená po finanční krizi po roce 2008 za účelem zvýšení pozornosti a boje proti finanční lobby <https://www.finance-watch.org/>
- **Doporučení BEUC a nevládních organizací k ekoznačce EU a finančním produktům:**
http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf Další informace o ekoznačce a zahrnutí finančních produktů najdete také v části 7.2 / strana 30 tohoto teoretického podkladového dokumentu.
- **Finanční příspěvek na blogu „Žádná klimatická spravedlnost bez udržitelného financování“**
<https://www.finance-watch.org/no-climate-justice-without-sustainable-finance/>

- Příspěvek na blogu Finance Watch: „Devět finančních reforem by měli útočníci v oblasti klimatu požadovat“ - <https://www.finance-watch.org/uf/9-financial-reforms-that-climate-strikers-should-demand/>
- Akční plán Komise pro financování udržitelného růstu, 8. března 2018 - https://ec.europa.eu/info/publications/180308-action-plan-sustainable-growth_en
- Reakce BEUC na konzultaci Evropské komise o její obnovené strategii udržitelného financování - https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf
- Finanční iniciativa Programu OSN pro životní prostředí <https://www.unepfi.org/>
- Frank Bold organizace veřejného zájmu <https://en.frankbold.org/about-us>

4. UDRŽITELNÁ MOBILITA

Proč je udržitelná mobilita pro spotřebitele důležitá?

Mnoho spotřebitelů nemá jinou možnost k uspokojení svých potřeb v oblasti mobility než zvolit užívání svého vlastního osobního automobilu. To vzešlo z několika desetiletí městské a hospodářské politiky založené na předpokladu, že osobní vlastnictví benzínem poháněného automobilu je ideálním způsobem, jak se dostat z bodu A do bodu B. Výsledkem je systém mobility, kde je vlastnictví a používání automobilu nákladné, neefektivní a špatné pro klima, životní prostředí a veřejné zdraví.



Spotřebitelé by tedy mohli ušetřit spoustu peněz i času, pokud by se náš dopravní systém stal udržitelnějším. Udržitelná mobilita se nicméně netýká pouze automobilů. Rovněž letecký průmysl je jedním z nejrychleji rostoucích zdrojů emisí CO₂ a do roku 2050 by se mohl stát jedním z největších producentů emisí v EU.

V posledních letech bylo dosaženo významného pokroku při snižování emisí CO₂ a spotřeby paliva u osobních automobilů. Vstoupily v platnost **nové testy** (WLTP a RDE), EU významně posílila svůj rámec pro **schvalování a dozor nad trhem** a dohodla ambiciózní **cíle snížení CO₂ pro roky 2025 a 2030**. Doufáme, že tento nový regulační rámec výrazně zrychlí přechod k automobilům s nízkým obsahem uhlíku a přinese pokrok skutečný, nejen na papíře. V příštím desetiletí proto očekáváme zásadní posun v automobilovém průmyslu, protože snížení emisí CO₂ bude silně motivováno změnou technologií hnacího ústrojí a přechodem od spalovacích motorů k elektrickým vozidlům.

Politická agenda na úrovni EU

Níže jsou uvedeny připravované relevantní procesy v EU:

- Do konce roku 2020 zveřejní EU novou strategii pro „udržitelnou a chytrou mobilitu“, která stanoví politické cíle, pokud jde o zavádění čistých vozidel, alternativy čisté dopravy (železnice) a stanovení správných pobídek pro spotřebitele.

- Změna směrnice EU o zavádění infrastruktury pro alternativní paliva, která stanoví požadavky zejména na zavedení dobíjecích stanic pro elektromobily (očekává se v červnu 2021).
- Změna směrnice EU o označování automobilů, která poskytuje kupujícím informace o účinnosti automobilů přímo v místě prodeje (očekává se v průběhu roku 2021).
- Změna cílů snížení emisí CO₂ u automobilů pro roky 2025 a 2030 (očekává se v červnu 2021).

Politická agenda na národní úrovni

V České republice se udržitelné mobilitě věnuje zejména Ministerstvo dopravy. Tato instituce pravidelně vydává Dopravní politiku České republiky, kdy je nyní aktuální Dopravní politika České republiky pro období 2021 - 2027 s výhledem do roku 2050. Cílem je vybavení jednotlivých regionů kvalitní dopravní soustavou, která však bude zároveň splňovat požadavky z hlediska udržitelnosti a bude tak neutrální z hlediska vlivu na globální změny. V dopravní politice jsou uvedeny jak opatření k vyřešení problémů osobní dopravy, tak například lodní či železniční. Ministerstvo dopravy zároveň podporuje třeba i cyklistickou dopravu, a to vydáváním Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy České republiky.

K udržitelné mobilitě přispívají také jednotlivá města. Větší města zpracovávají SUMP, kdy tato zkratka vychází z anglického výrazu "Sustainable Urban Mobility Plan". Jak tato slova napovídají, jedná se o plán udržitelné městské mobility, který má sloužit k vhodnému uspokojování potřeb mobility osob a firem a zároveň zohlednit potřebu ochrany životního prostředí. Díky daným plánům by se tak mělo snížit znečištění ovzduší, hluk z dopravy či emise skleníkových plynů ve městech.

Zapojení spotřebitelských organizací

V rámci přechodu na elektrická vozidla, který se očekává v příštím desetiletí, je důležité, aby spotřebitelské organizace spotřebitelům ohledně vhodných možností pomáhaly a radily. Pokud jde o automobily, informace v místě prodeje mohou kupujícím pomoci se rozhodnout pro auta s nižší spotřebou paliva, přičemž by jim v tom pomohly jednotné štítky emisí automobilů ve všech zemích EU, jakož by i ovlivnily nabídku udržitelnějších alternativ, jako jsou elektromobily.

Spotřebitelské organizace pak mohou přispět i tím, že lidem poskytnou informace o skutečné spotřebě paliva či úrovni emisí automobilů, jakož jim i poradit, jak si právě ta nejlepší vozidla na trhu vybrat. Mnoho spotřebitelských organizací to dělá v rámci projektů, jako např. Green NCAP nebo MILE21.

V automobilovém průmyslu existují další vývojové proudy, který mohou vytvořit další odlišné výzvy pro spotřebitelskou politiku. Inovace, jako je zvýšená automatizace a funkce spojené s připojením k internetu, představují zcela novou sadu otázek týkajících se odpovědnosti, bezpečnosti, ochrany údajů, spravedlivé hospodářské soutěže a dalších.

Současně by spotřebitelé měli mít lepší přístup k alternativám k užívání osobních automobilů, jako je veřejná doprava, aktivní mobilita (chůze a jízda na kole) nebo sdílená a mikro-mobilita. Je třeba

přehodnotit naše mobilitní systémy, abychom spotřebitelům mohli poskytnout účinnější a udržitelnější alternativy.

Příklady nástrojů pro vzdělávání spotřebitelů a jejich zapojení do udržitelné mobility na národní úrovni

- **Testování „zelenějších“ modelů automobilů (možnosti elektromobilů a paliv)**
 - **Test Achats, Belgie**
 - srovnání automobilů pro učinění neekologičtější volby
 - poradenství v oblasti ekologičtější jízdy
 - **MILE21** – „více informací, méně emisí“ – poskytuje spotřebitelům údaje o reálné spotřebě pohonných hmot a pomáhá jim činit informovaná rozhodnutí o nákupu účinnějších vozidel <https://www.mile21.eu/about>
 - **Green NCAP** – srovnání automobilů <https://www.greenncap.com/>
- **Podpora veřejné dopravy**
 - **Forbrugerrådet Tænk, Dánsko** – projekt „Puls cestujícího“ pomáhá spotřebitelům při využívání veřejné dopravy.
 - **vzbv, Německo** – provádění studií o tom, jak mohou vypadat právní nároky na přístup k místu bydliště hromadnou dopravou, a jejich propojení s novými druhy veřejné dopravy (jízda na kole): <https://www.vzbv.de/dokument/mobil-bleiben-auch-ohne-auto>
- **Kampaň za lepší práva cestujících**
- **Hromadné žaloby**
- **Případ Volkswagenu** – když bylo odhaleno, že Volkswagen používá takzvaný „defeat device“ software, tedy zařízení pro ošálení testu vypouštěných emisí, aby se automobily prodávaly a zdálo se, že splňují normy znečištění, začaly spotřebitelské organizace na národní úrovni, jakož i BEUC na evropské úrovni, spolupracovat, aby pomohly spotřebitelům získat náhradu škody a uvedení svých vozidel v soulad se zákonnými požadavky. Spotřebitelské organizace v Německu, Litvě, Slovinsku, na Slovensku, ve Švýcarsku, Belgii, Itálii, Portugalsku a Španělsku podaly hromadné žaloby proti VW.
- **Vzdělávání spotřebitelů a výzkum**
 - **Citizens Advice Spojené království** – zde byla uspořádána série workshopů o tom, jak efektivně nabíjet elektrické vozidlo (například jak by spotřebitelé mohli využít „chytrých tarifů“ k optimalizaci své spotřeby elektřiny a úspore peněz). Podívejte se na video: <https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0Aohl8&feature=youtu.be>

Další zdroje – přehledy informací, publikace, odkazy

- **Souborné stanovisko BEUC** o tom, jak může spotřebitelská politika pomoci čistší dopravě v Evropě: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-065_fossil_fuelled_mobility.pdf
- **Přehled informací od BEUC o udržitelné mobilitě:**
<http://www.beuc.eu/sustainability/sustainable-mobility>
- **Přehled informací od BEUC o dostupnosti elektromobilů:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-036_making-electric-cars-convenient-across-europe.pdf
- **Přehled informací od BEUC o cenové dostupnosti elektromobilů:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-113_when_will_electric_cars_be_an_affordable_option_for_european_consumers_-_a5_format.pdf
- **Souborné stanovisko BEUC** o tom, jak mohou být elektromobily vhodnější:
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-032_making_electric_cars_convenient.pdf

5. UDRŽITELNÉ POTRAVINY

Proč jsou pro spotřebitele důležité?

Čím dál více spotřebitelů je ochotno jíst potraviny, které jsou dobré pro jejich zdraví, jakož i pro planetu. Jedná se o povzbudivý trend, který vyplývá z průzkumu postojů spotřebitelů k udržitelným potravinám, zveřejněný BEUC v červnu 2020²⁶. Průzkum, který se uskutečnil v 11 zemích, zjistil, že dvě třetiny Evropanů jsou otevřeny změnám svých stravovacích návyků z environmentálních důvodů. Ukázal však také, že spotřebitelé čelí překážkám v přeměně svých slov na činy. Cenu, nedostatek znalostí, nejasné informace a omezený výběr udržitelných možností uváděla většina spotřebitelů jako důvod, který jim brání v cestě za udržitelnějším stravováním. Udržitelnost potravin znamená jak vyhovění stravovacím potřebám obyvatel s co nejmenším dopadem na životní prostředí, tak zároveň i nabízení možností zdravého stravování. Toto téma zahrnuje dvě otázky:

1. Jak se vyhnout plýtvání potravinami?
2. Jak učinit udržitelnou volbu také snadnou a cenově dostupnou pro spotřebitele?

Plýtvání potravinami

Podle odhadů Evropské komise se v EU ročně vyhodí přibližně²⁷ 88 milionů tun potravin. Na základě dostupných údajů se polovina tohoto odpadu (53%) vyskytuje na úrovni domácností.²⁸

26 BEUC (2020). *One bite at a time: consumers and the transition to sustainable food*.

27 http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/index_en.htm.

28 *FUSIONS*, 2015.

Potravinový odpad je však sdílenou odpovědností napříč celým potravinovým řetězcem. Aktivní přístup je nutný na všech úrovních, včetně: řešení nadprodukce na úrovni farmy a poškozených produktů/obalů na úrovni výroby; prevence přerušení chladicího řetězce během přepravy a špatného zacházení a hospodaření se zásobami na úrovni maloobchodu; řešení špatného až neexistujícího spotřebitelského balení, špatných nákupních návyků nebo nesprávného skladování potravin na úrovni spotřebitele atd.

Kromě negativních dopadů na životní prostředí jakož i nepřijatelnosti z etického hlediska, má plýtvání potravinami pro spotřebitele také finanční důsledky. Každý rok v průměru belgická rodina vyhodí jídlo v hodnotě přibližně 300 EUR²⁹. Průměrná rodina ve Velké Británii každý vyhodí každý měsíc téměř 60 liber jídla, které si koupili, ale nespotřebovali jej.³⁰

Výzkum ukazuje, že potraviny, kterými se nejvíce plýtvá v evropských domácnostech jsou ovoce a zelenina (zejména čerstvý salát), pekárenské výrobky, maso a ryby, mléčné výrobky, těstoviny, rýže a ochucovadla.^{31,32,33} Plýtvání potravinami v domácnosti je přitom do značné míry spojeno s rutinami, včetně rutin³⁴ při nakupování (nákup nadměrných porcí) a rutin týkajících se ne/zužitkování zbytků. Podle průzkumu v EU³⁵, 58% respondentů uvedlo, že dostupnost menších porcí v obchodech by jim pomohla snížit plýtvání potravinami. Nedávná studie³⁶ provedená Evropskou komisí rovněž odhaduje, že až 10% potravinového odpadu ze strany spotřebitele je spojeno s nesprávným výkladem označeného data ze strany spotřebitelů, jakož i z důvodu nekonzistentního nebo nevhodného použití výrazů „spotřebujte do“ a „minimální trvanlivost“ výrobci potravin a maloobchodníky.

Zajištění snadného a cenově dostupného výběru zdravých a udržitelných potravin pro spotřebitele

Zajistit, aby výběr zdravých a udržitelných potravin byl pro spotřebitele snadnou volbou, znamená:

- Zpřístupnění udržitelnějších výrobků spotřebitelům za dostupnou cenu
- Vytváření prostředí, které podporuje výběr zdravých a udržitelných potravin, například:
 - o Zvyšování dostupnosti a sortimentu udržitelných potravin.
 - o Omezení marketingu a reklamy na nezdravé jídlo pro děti.



29 Test-Achats 589. Gaspillage alimentaire. September 2014.

30 WRAP 'Love Food, Hate Waste' campaign. <http://england.lovefoodhatewaste.com/content/5-sure-fire-ways-save-money-your-food-bills>

31 German Federal Ministry of Food and Agriculture (2012). http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/WvL/Studie_Lebensmittelabfaelle_Langfassung.pdf?__blob=publicationFile

32 WRAP report (2008). The Food We Waste.

33 Crem, bureau voor duurzame ontwikkeling, report (2013).

34 Stancu, 2015; Stefan et al, 2013

35 European Commission (2018). [Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention](http://ec.europa.eu/food/food/food_safety_and_quality/food_labels_en).

36 Flash Eurobarometer 316 (March 2011). Attitudes of Europeans towards resource efficiency

- Poskytování informací o výživové hodnotě potravin spotřebitelům prostřednictvím povinného štítku na přední straně obalu (Nutri-Score).
- Zajištění toho, aby si potraviny s vysokým obsahem tuku, cukru a/nebo soli již nenárokovali zdravotní výhody.
- Zlepšení informovanosti spotřebitelů o tom, odkud potraviny pocházejí.
- Bojovat proti falešným tvrzením o udržitelných potravinách (tzv. greenwashing) tím, že bude zajištěno, aby štítky o udržitelnosti potravin byly jasné, jednoznačné, spolehlivé, ověřitelné, neklamavé a testované.

Politická agenda na úrovni EU

Ohledně problematiky **plýtvání potravinami** přijalo Valné shromáždění Organizace spojených národů v září 2015 v rámci cílů udržitelného rozvoje do roku 2030 cíl snížit maloobchodní a spotřebitelský potravinový odpad na osobu na polovinu, jakož i snížit ztráty potravin ve výrobních a dodavatelských řetězcích. Akční plán Evropské komise pro cyklické hospodářství³⁷ přijatý v prosinci 2015 nastiňuje opatření na podporu dosažení tohoto cíle:

- Vytvoření platformy (Platforma EU věnovaná ztrátám potravin a plýtvání potravinami³⁸), která sdružuje evropské instituce, odborníky ze zemí EU a příslušné zúčastněné subjekty, k podpoře všech subjektů v rozhodování o opatřeních nezbytných k prevenci plýtvání potravinami, ke sdílení osvědčených postupů a hodnocení pokroku v průběhu času.
- Vypracování společné metodiky EU pro důsledné měření plýtvání potravinami napříč potravinovým řetězcem.³⁹
- Na úrovni EU byly zahájeny práce⁴⁰ s cílem prozkoumat způsoby, jak zlepšit používání označení dat aktéry v potravinovém řetězci a jeho porozumění spotřebiteli, zejména označování „spotřebujte do“.

Strategie EU „Farm to Fork“ („od zemědělce ke spotřebiteli“)⁴¹ za spravedlivý, zdravý a ekologický potravinový systém byla zveřejněna 20. května 2020. Hlavní složkou zastřešující Zelené dohody (Green Deal) je akční plán obsahující 27 opatření, která dláždí cestu zelenější výrobě potravin, zdravějšímu a udržitelnějšímu stravování a menšímu plýtvání potravinami. Tato opatření, přičemž řada z nich stále podléhá dodatečným studiím, konzultacím a dalším posouzením dopadů, zahrnují zejména:

³⁷http://ec.europa.eu/priorities/jobs-growth-investment/circular-economy/docs/communication-action-planfor-circular-economy_en.pdf

³⁸ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/eu-platform_en

³⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:2019:248:TOC>

⁴⁰ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/date_marking_en

⁴¹ https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

- Návrh harmonizovaného povinného nutričního označování na přední straně balení, které spotřebitelům umožní provádět výběr potravin zohledňující jejich zdravotní dopad (do 4. čtvrtletí 2022).
- Návrh požadovat u některých produktů označení původu (do 4. čtvrtletí 2022).
- Návrh rámce pro označování udržitelných potravin, které umožní spotřebitelům rozhodovat se pro udržitelné potraviny (do roku 2024).
- Nutriční profily k omezení používání výživových a zdravotních tvrzení u potravin s vysokým obsahem solí, cukru a/nebo tuků (do 4. čtvrtletí 2022).
- Návrh cílů EU na snižování plýtvání potravinami (2023).
- Návrh na změnu pravidel EU pro označování dat („spotřebujte do“ a „minimálně do“) (4. čtvrtletí 2022).
- Iniciativy na podporu změny složení zpracovaných potravin, včetně stanovení maxim pro určité živiny (4. čtvrtletí 2021).

Politická agenda na národní úrovni

Na udržitelnost potravin se v České republice výrazněji upozorňuje pouze několik posledních let, ačkoli se jedná o významný dlouhodobý ekologický a ekonomický problém. Nicméně nyní lze vnímat krok správným směrem, a to například i díky konferenci Ministerstva průmyslu a obchodu s názvem „Trvale udržitelná produkce a nákup potravin pro české spotřebitele“. Dané ministerstvo se snaží podpořit zvyšování kvality vyhlásováním několik cen, ale zároveň vyzdvihuje činnost spotřebitelských organizací.

Ministerstvo průmyslu a obchodu zdůrazňuje, že problém udržitelnosti potravin je nutné řešit jak se spotřebiteli, tak se samotnými prodejci či dovozci. Významnou součástí je dostupnost know-how, kterou mohou přinést obchodní řetězce či výrobci potravin. Prodejci také mohou podpořit užívání recyklovatelných obalů. Činnost konečných uživatelů je pak ze strany státu podpořena nabádáním k recyklaci odpadu, kdy se při udržitelnosti potravin musí myslet na třídění bioodpadu a stále častěji se tak nyní lze setkat s hnědými popelnicemi, které jsou pro tento druh odpadu určené. Nutné je zde zmínit, že Česká republika je v rámci nakládání s biologicky rozložitelnými odpady zavázána k plnění evropských právních předpisů. V legislativě je pak možné najít také úpravu pro postup při projektování a zřizování kompostárny jako zařízení pro prevenci vzniku odpadů, a to v ustanoveních zákona č. 185/2001 Sb., o odpadech.

Populární se v oblasti udržitelnosti potravin stala na národní úrovni tzv. „pamlsková vyhláška“, tedy vyhláška č. 282/2016, o požadavcích na potraviny, pro které je přípustná reklama a které lze nabízet k prodeji a prodávat ve školách a školských zařízeních. Jak lze vyložit z názvu vyhlášky, podporuje udržitelnost potravin například podporou prodeje čerstvých produktů.

Zapojení spotřebitelských organizací v oblasti udržitelnosti potravin

V závislosti na kapacitě a finančních zdrojích spotřebitelských organizací existuje široká škála aktivit, do kterých se mohou zapojit, za účelem snížení plýtvání potravinami a usnadnění výběru zdravých a udržitelných potravin pro spotřebitele:

- **Zvyšování povědomí:** prostřednictvím článků, které publikují ve svých časopisech/na svých webových stránkách a prostřednictvím kampaní, které vedou, přispívají spotřebitelské organizace ke zvyšování povědomí spotřebitelů o problémech, jako je plýtvání potravinami⁴² nebo dopad našich potravinových návyků na životní prostředí.⁴³
- **Podpora změny chování:** spotřebitelské organizace mohou spotřebitelům poskytnout jednoduché tipy, které jim pomohou změnit své chování. Patří sem například poskytnutí doporučení ohledně skladování potravin a nápadů na recepty k opětovnému použití zbytků⁴⁴, pomoc lépe porozumět rozdílu mezi daty „spotřebujte do“ a „minimálně do“⁴⁵, rady rodičům ohledně nejzdravějších svačinek pro své děti⁴⁶ nebo pomoc při určování, který druh ryby je udržitelnější.⁴⁷
- **Prosazovat předpisy, které spotřebitelům usnadňují zdravou a udržitelnou volbu:** spotřebitelské organizace musí hrát klíčovou roli při zajišťování toho, aby právní předpisy EU a vnitrostátní právní předpisy, které utvářejí naše potravinové systémy jakož i to, co končí na talíři spotřebitelů, podporovaly udržitelné zemědělství a produkci potravin a vytvářely prostředí, kde je zdravá a udržitelná volba snadná.
- **Využívání nových médií a technologií k oslovení spotřebitelů:** spotřebitelské organizace stále častěji využívají nová média a technologie (aplikace pro smartphony⁴⁸, příspěvky a videa⁴⁹ na Facebooku, Twitter, diskusní fóra atd.), k oslovení spotřebitele – zejména těch mladších – a podporovat je v jejich úsilí o přijetí zdravějších a udržitelnějších stravovacích návyků.

Příklady nástrojů pro vzdělávání spotřebitelů a jejich zapojení na národní úrovni

- **Portugalsko – „Green Chef“ („Zelený kuchař“)** – vyzývá školy, které jsou členy DECOJovem, aby natočily videa s recepty připravenými ze zbytků jídel a/nebo s návodem, jak lépe využít potraviny, s cílem zvýšit citlivost mladých spotřebitelů na význam boje proti odpadu a přijetí odpovědného spotřebitelského chování.
- **Portugalsko „Chef fish“ („Kuchař ryba“)** – vyzývá školy, aby natočily videa s recepty s rybami, které ukáží zdravé a udržitelné možnosti konzumace produktů z mořských plodů a které budou respektovat oceán a jeho zdroje.
- **Francie – „Zéro Gâchis Académie“** – během tří měsíců bylo 100 domácností „koučováno“ spotřebitelskou organizací CLCV (rodiny, ale i jednotlivci, důchodci atd.). Během prvních patnácti dnů byly domácnosti vyzvány, aby změnily množství potravin, které obvykle vyhodily. Poté jim byla poskytnuta doporučení a tipy, jak v domácnosti plýtvání potravinami omezit. Celkově účastníci projektu snížili plýtvání potravinami o více než polovinu (59%).



42 OCU (2017). [No tires la comida!](#)

43 CLCV (2020). [Manger durable.](#)

44 Fédération Romande des Consommateurs (2012). [Bien accommoder ses restes : les recettes de la FRC.](#)

45 OCU (2018). [10 alimentos que se pueden comer "caducados"](#)

46 Test-Achats/Test-Aankoop (2019). [Comment choisir une collation saine ? Pour les enfants.](#)

47 UFC – Que Choisir (2018). [Pêche durable. Manger des poissons en bonne conscience.](#)

48 See for instance [the app developed by Forbrugerrådet Tænk](#) (in partnership with a group of organisations) to help consumers cut food waste at home.

49 See for instance [Forbrugerrådet Facebook campaign](#) on food waste

- **Portugalsko – „Příliš mnoho plastů“** – jedná se o iniciativu, která byla vyvíjena od června do listopadu minulého roku. Spotřebitelé byli vyzváni, aby zasílali fotografie zboží a produktů zabalených do nadměrného plastu. Poté spotřebitelská organizace kontaktovala dodavatele a požádala o opatření ke snížení nadměrného balení.

- **Belgie – soutěž o přejmenování „Doggy Bag“** – Test-Achats/Test-Aankoop se spojili se třemi



belgickými městy, aby podpořili používání Doggy Bags u belgických spotřebitelů. Z kulturních důvodů nebyl tento postup v Belgii běžný a pro mnoho spotřebitelů bylo nepříjemné ptát se restaurace na zabalení zbytků jídla s sebou. Na sociálních sítích byla organizována soutěž o přejmenování anglického slova „doggy-bag“ na vlámské a francouzské, aby pomohla tuto praxi popularizovat u belgických spotřebitelů.

Další zdroje – přehledy informací, publikace, odkazy

- **Otevřený dopis BEUC ohledně strategie „Farm to Fork“:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems.pdf
- **Zpráva BEUC o průzkumu mezi spotřebiteli v EU a udržitelných potravinách, červen 2020:**
http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf
- **Souborné stanovisko BEUC o udržitelných potravinách** – dokument, který BEUC vytvořila v roce 2016 k zahájení diskuse o „udržitelných potravinách“, později byl rozpracován:
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-029_ipa_cpe_beuc_position_on_food_sustainability.pdf
- **Souborné stanovisko BEUC o nutričním označování na přední straně obalu:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-033_front-of-pack_nutritional_labelling.pdf
- **Komentáře BEUC k veřejné konzultaci Evropské komise týkající se „Farm to Fork“ plánu strategie udržitelných potravin:** <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12183-Farm-to-Fork-Strategy-/F507869>
- **Hodnocení BEUC týkající se strategie „Farm to Fork“:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-057_beucs_take_on_farm_to_fork_strategy.pdf

6. UDRŽITELNOST VÝROBKU: KOMPLEXNÍ PŘÍSTUP EU K VÝROBĚ PRODUKTŮ S NIŽŠÍ SPOTŘEBOU ZDROJŮ

Úvod

Evropská unie má dlouhou tradici ve vývoji specifických pravidel pro spotřební zboží, ať už z bezpečnostních důvodů nebo z důvodů ochrany životního prostředí. Počínání EU zahrnuje vývoj nových právních předpisů, technických norem a informací pro spotřebitele. Roli EU v tomto procesu nelze přecenit, jelikož na vnitřním trhu tato pravidla platí pro každého výrobce, který na něj uvádí své výrobky.

V prvních letech produktové politiky se EU zaměřila na informace pro spotřebitele, aby posílila poptávku po energeticky účinných produktech. To se projevilo například prostřednictvím energetického štítku EU, který byl zaveden od poloviny 80. let, počínaje domácími spotřebiči. Od počátku 90. let byl tento doplněn EU Ekoznačkou, jejímž cílem je dále informovat spotřebitele a směřovat je k výrobkům, které jsou na trhu nejšetrnější k životnímu prostředí.

Změny, které přináší pouhé „informování spotřebitelů“ jsou však omezené a nemohou řešit určitá selhání trhu, jako je vůbec omezená nabídka udržitelných produktů. Po roce 2005 proto EU začala řešit design výrobků stanovením závazných požadavků na výrobce prostřednictvím tzv. požadavků na ekodesign. Je to způsobeno tím, že 80% dopadu produktu na životní prostředí je určováno výběrem designu, na který nemá spotřebitel téměř žádný vliv.

V počátečních letech se proces ekodesignu zaměřoval na energetickou účinnost a další klíčové dopady na životní prostředí, jako jsou emise hluku a spotřeba vody. Tento nástroj se v současné době transformuje, aby systematičtěji řešil nové výzvy, jako je používání recyklovaných materiálů, prodloužení životnosti produktu a umožnění snadnějších oprav a údržby, demontáže, opětovného použití a recyklace.

Soubor nástrojů EU pro politiku udržitelných výrobků zahrnuje také různé nástroje, které adresují **chemikálie**, například prostřednictvím přístupu EU k registraci, hodnocení, autorizaci a omezení chemických látek (REACH), jakož i klasifikaci, balení a označování chemických látek (CLP), omezení nebezpečných chemikálií (RoHS) a právní předpisy týkající se snižování odpadu, sběru, balení a recyklace.

Od roku 2015 EU pracuje na širokém uchopení přístupu k udržitelnějším produktům prostřednictvím rozvoje a provádění tzv. **cyklického hospodářství**. Od té doby byly představeny dva akční plány s konkrétními opatřeními, jeden v roce 2015 a jeden v roce 2020. Cyklické hospodářství je systém, jehož cílem je eliminovat plýtvání a zajistit nepřetržité využívání zdrojů. Cyklické systémy využívají opětovné použití, sdílení, opravu, renovaci, repasování a recyklaci k vytvoření systému uzavřené smyčky, která minimalizuje užívání vstupních zdrojů a tvorbu odpadu, znečištění a emisí uhlíku. Cílem cyklického hospodářství je udržovat produkty, zařízení a infrastrukturu v provozu po delší dobu, a tím zlepšit produktivitu těchto zdrojů. Veškerý „odpad“ by se měl stát „potravou“ pro jiný proces: buď jako vedlejší produkt nebo regenerovaný zdroj pro jiný průmyslový proces, nebo jako regenerativní zdroje pro přírodu (např. kompost). Tento regenerativní přístup je v kontrastu s tradiční lineární ekonomikou, která má model výroby „vzít, vyrobit, zlikvidovat“.



V této kapitole o produktové politice vám poskytneme informace o následujících tématech a proč jsou pro spotřebitele důležité:

- Ekologický design
- Energetické štítkování
- Ekoznačka EU
- Výrobky z delší životností a lépe opravitelné výrobky
- Úloha lepších práv spotřebitele při prodloužené životnosti produktu
- Prosazování pravidel produktové politiky na národní úrovni
- Připravované politické iniciativy v rámci druhého akčního plánu pro cyklické hospodářství, které EU plánuje rozvíjet a provádět v nadcházejících letech

Nezahrnujeme komplexní informace o chemických látkách, protože toto téma by kvůli své složitosti vyžadovalo samotné školení. Pro ty odborníky, kteří se zajímají o tuto oblast, však BEUC bude schopen poskytnout odborné znalosti o:

- Regulačním rámci EU týkajícím se chemických látek.
- Chemikáliích ve spotřebních výrobcích, jako jsou kosmetika, hračky, textil, materiály přicházející do styku s potravinami atd.
- Nedostatků vnitrostátního prosazování požadavků na chemické látky pro spotřební výrobky a souvisejících rizik pro spotřebitele.
- Negativních zdravotních důsledků týkajících se produktů, které negativně ovlivňují hormonální systém (tzv. endokrinní disruptory) a způsob, jak snížit vystavování se těmto produktům v našem každodenním životě.

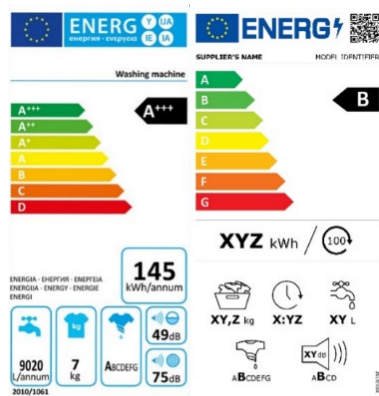
6.1. Ekodesign a energetické štítkování

Spotřebitelé každý měsíc utrácejí značnou část svého rozpočtu za spotřebu energie. Nejenže že v dnešní době vlastní energeticky náročnější produkty, jako jsou počítače, mobilní telefony a televize, ale každý den je používají i delší dobu. Tento vývoj zvýšil účty za elektřinu.

Zároveň spotřebitelé často čelí zboží, které nelze opravit již krátce po vypršení záruky, zboží, které se rozpadá příliš rychle či které nelze opravit kvůli nedostupným náhradním dílům. Mnoho z nich se proto musí vypořádat s tímto předčasným selháním produktů, které se také nazývá „předčasné zastarávání“ („premature obsolescence“), což znamená další zátěž jak pro jejich peněženky, tak pro životní prostředí.

Proč jsou pro spotřebitele důležitý ekodesign a energetické štítkování?

Evropská směrnice o ekodesignu chrání nejen životní prostředí, ale také pomáhá spotřebitelům šetřit peníze. Podle průzkumu, který zadala BEUC v roce 2016⁵⁰, může průměrná domácnost v EU díky ekodesignu ušetřit až 330 euro ročně, a to díky tomu, že se výrobky časem stanou energeticky účinnějšími.



Left: the old label; right: the new one set to appear on appliances as of 2021.
Sources: European Commission

Ekodesign také prosazuje výkonnější zboží, zejména pokud jde o účinnost zdrojů po dobu životnosti produktu, např. skrz požadavky na opravu. Rovněž zohledňuje kvalitu a pohodlí produktů a poskytuje spotřebitelům více informací o udržitelném použití zboží. Nařízení o energetickém štítkování ukládá Evropské komisi, aby přijala opatření pro povinné označování konkrétních skupin výrobků souvisejících se spotřebou energie, jako jsou pračky a televizory. Tím je zajištěno, že se spotřebitelé budou informovaně rozhodovat, pokud jde o spotřebu energie produktů ve fázi používání.

Přestože energetické štítky existují po celá desetiletí, změny v roce 2010 narušily zásady transparentnosti a srozumitelnosti, když nad rámec schématu zavedla další třídy A +, A ++ a A +++. Tyto změny vedly ke ztrátě jednoduchosti poselství, které štítky spotřebiteli původně vysílaly – jako například „kupujte zelenou“ nebo „kupujte A“. Vedly tak ke zmatku mezi spotřebiteli, který podkopával schopnost schématu směřovat trh k prodeji efektivnějších spotřebičů. V roce 2017 byl přijat nový rámec pro označování energetickými štítky, aby se značka vrátila co nejrychleji na známou uzavřenou stupnici označování A-G.

Politická agenda na úrovni EU

Mezi nejdůležitější politické nástroje pro spotřebitele v politické agendě EU patří **Směrnice o ekodesignu 2009/125/ES** a **Směrnice EU o energetických štítcích 2010/30/EU**. Tyto dva nástroje pokrývají energetické výrobky od praček přes vysavače až po kotle.

V březnu 2020 zahájila EU svůj akční plán **cyklického hospodářství**, v němž nastiňuje, že politika udržitelných výrobků by měla zohledňovat také trvanlivost, vylepšitelnost, opravitelnost a opětovnou

⁵⁰ http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109benefits_of_ecodesign_for_eu_households_executive_summary.pdf

použitelnost výrobků a že směrnice o ekodesignu by měla pokrývat více produktů, zejména produkty informační a komunikační technologie (IKT) a textil.

Proces EU ke zlepšení **energetické účinnosti** spotřebního zboží byl zahájen v roce 2005, což vedlo k přijetí Směrnice o ekodesignu 2009/125/ES⁵¹, která stanoví rámec pro zlepšení vlivu na životní prostředí u výrobků, jako jsou domácí spotřebiče, od vysavačů a osvětlení do kotlů.

Podle současné směrnice o ekodesignu⁵² má Evropská komise za úkol regulovat nejen energetickou účinnost, ale také **účinnost zdrojů** (trvanlivost, opravitelnost, recyklovatelnost, vylepšitelnost atd.) energetických výrobků a přijímat prováděcí opatření pro ekodesign⁵³. Optimalizací udržitelnosti výrobků při zachování jejich funkčních kvalit má směrnice o ekodesignu poskytnout nové příležitosti výrobcům, spotřebitelům a společnosti jako celku.



Evropský parlament i Rada zdůrazňují význam ekodesignu a energetického štítkování a vyzvaly Komisi k přijetí nového pracovního plánu pro ekodesign (2020–2024), který by zahrnoval i nové skupiny výrobků nad rámec energetických výrobků, zejména výrobků IKT.⁵⁴

Evropská rada a Evropský parlament rovněž zdůraznily⁵⁵, že by měl být předložen nový legislativní návrh soudržného rámce politiky výrobků, který by umožňoval delší používání výrobků, jakož i co nejdéle udržovat materiály v hospodářském cyklu.

Politická agenda na národní úrovni

Pokud jde o udržitelnost výrobků, Česká republika se zaměřuje především na oblast výrobních procesů. V legislativní oblasti k danému slouží především ustanovení zákona č. 76/2002 Sb., o integrované prevenci. Ten dbá na omezení znečištění, použití nejlepších dostupných technik i materiálů a snížení rizik ohrožení zdraví člověka.

Ministerstvo životního prostředí nedávno předložilo návrh Cirkulárního Česka 2040. Tento strategický rámec má pomoci prosadit principy oběhového hospodářství v České republice, kdy se mimo další zaměřuje také na oblast Produkty a design či Průmysl, suroviny, stavebnictví, energetika. Díky tomuto dokumentu se Česká republika stane dlouhodobě odolná vůči možným environmentálním hrozbám,

51 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:>

52 Directive 2005/32/EC of the European Parliament and of the Council establishing a framework for the setting of Ecodesign requirements for Energy-Using Products and amending Council Directive 92/42/EEC and Directives 96/57/EC and 2000/55/EC of the European Parliament and of the Council.

53 For a list of product groups covered see: <https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/ecodesign/>

54 See Ecodesign Working Plan 2012-2014, Commission Staff Working Document, Establishment of the Working Plan 2012-2014 under the Ecodesign Directive, p.1

55 See Resolution of 15 January 2020 in response to the European Commission communication on a European Green Deal

a to včetně změny klimatu. Cirkulární Česko 2040 se navíc díky finanční podpoře Evropské komise vypracuje i se zapojením expertů Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj.

Dalším nástrojem pro podporu udržitelnosti výrobku je realizace ekologické daňové reformy. Ta má za úkol stimulovat ekonomické subjekty k jednání, které vede ke snížení poškození životních prostředí a jeho dopadů na zdraví obyvatelstva. Předmětem zdanění jsou v tomto případě statky a služby, u nichž vede výroba k negativnímu dopadu na životní prostředí a lidské zdraví.

Zapojení spotřebitelských organizací

- a) Příspěvek k účasti na kritériích a regulaci ekodesignu jako zúčastněný subjekt** – Legislativa o ekodesignu vyžaduje, aby Evropská komise konzultovala se zúčastněnými subjekty, včetně spotřebitelských organizací, proces stanovení a revize produktových kritérií pro ekodesign a ekologické šetření.
- Článek 18 směrnice o ekodesignu stanoví, že:
 - *„Komise zajistí, že při výkonu svých činností zaručí pro každé prováděcí opatření vyváženou účast zástupců členských států a všech dotčených stran, kterých se tento výrobek nebo skupina výrobků týká, jako jsou výrobní odvětví, včetně malých a středních podniků a řemeslníků, odborové organizace, velkoobchodníci, maloobchodníci, dovozci, skupiny zabývající se ochranou životního prostředí a organizace spotřebitelů.“*
 - Prostřednictvím Konzultačního fóra pro ekodesign a označování energetickými štítky, což je oficiální fórum, kde jsou tyto politiky projednávány se zúčastněnými subjekty, mají spotřebitelské organizace příležitost vyjádřit se k horizontálním otázkám, mimo jiné:
 - Pracovní plán na období 2020–2024
 - metoda vývoje kritérií pro ekodesign
 - bodovací systém pro opravy
 - možné změny směrnice o ekodesignu 2009/125/ES
 - účinnost dozoru nad trhem
- b) Informování o nových schématech a štítcích** – Vzhledem ke změnám způsobeným šetřením jakož i kvůli tomu, že budou koexistovat různé druhy štítky, bude informování a vzdělávání spotřebitelů zásadní pro to, aby se spotřebitelé mohli s problematikou lépe seznámit.
- c) Zastupovat spotřebitele před politickými činiteli** – Při tvorbě opatření týkajících se energetických štítků budou muset tvůrci politik dobře zohlednit zájmy spotřebitelů. Toho lze dosáhnout prostřednictvím:
- Podávání podkladů pro technické přípravné práce a účast na schůzích zúčastněných subjektů při změně stupnice štítků.
 - Poradenství Evropské komisi o tom, jak lépe informovat spotřebitele o výhodách energetického štítku.

- Účast na projektech na podporu energetického štítku. Spotřebitelské organizace jsou např. zapojeny a vedou projekt BELT⁵⁶, Boost the Energy Label Take up, aby podpořily zavádění efektivnějších energetických produktů.

Další zdroje – přehledy informací, publikace, odkazy

- **BELT – Boost Energy Label Take up:** <https://www.belt-project.eu/>

BELT je projekt financovaný z programu EU Horizont 2020, jehož cílem je podporovat zavádění účinnějších energetických produktů. Jeho cílem je **usnadnit přechodné období od starého energetického štítku k novému**. Díky BELTu bude proces přechodu na nový štítek se změněnou stupnicí snadněji proveden poskytnutím školení a technických pokynů výrobcům, distributorům a maloobchodníkům. Prostřednictvím jasných a cílených komunikačních kampaní bude zabráněno nejasnostem a chybám mezi spotřebiteli a zaměstnanci veřejných a obchodních zakázek. Další zjištění projektu budou později k dispozici na BEUC.

- **Finanční úspory z ekodesignu, výzkum zadala BEUC:**
[http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109-benefits of ecodesign for eu households executive summary.pdf](http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109-benefits-of-ecodesign-for-eu-households-executive-summary.pdf)

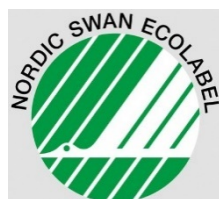
Klíčové poznatky:

- Spotřebitelé díky Ekodesignu ušetří až 330 euro každý rok. Důvodem je, že právní předpisy EU umožnily výrobcům vyrábět méně energeticky náročné produkty.
- Úspory spotřebitelů se mohou zvýšit na více než 450 euro ročně, pokud si spotřebitelé vyberou produkt, s energetickým štítkem nejvyšší třídy.
- Ekodesign může také pomoci vylepšit spotřební zboží, například ztišit vysavače.
- **Přehled informací od BEUC ohledně energetického štítku:**
[https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-120 new energy label-back to the a-g scale.pdf](https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-120-new-energy-label-back-to-the-a-g-scale.pdf)
- V březnu 2017 orgány Evropské unie aktualizovaly stupnici energetických štítků. V budoucnu bude zákazníkům k dispozici jednodušší stupnice A-G, která nahradí matoucí třídy A +, A ++ a A +++ . Tento přehled informací zdůrazňuje hlavní změny, pozitivní aspekty a výzvy, které při změně stupnice přijdou.

6.2. Ekoznačka

⁵⁶ <https://www.belt-project.eu/>

Ekoznačka EU byla založena v roce 1992 jako celoevropská dobrovolná značka, jejímž cílem je usnadnit spotřebitelům ekologičtější a zdravější výběr.



Více než 77 000 produktů a služeb ve 24 různých kategoriích dnes nese Ekoznačku, což je počet, který se od roku 2016 téměř zdvojnásobil. Od dětského oblečení a čisticích prostředků až po televizory, barvy, šampony, dřevěné podlahy, papír nebo ubytování. Produkty a služby musí splňovat seznam environmentálních a zdravotních kritérií, aby na ně bylo možné tohle logo s květinami umístit, a to od trvanlivosti produktu, až po vystavení toxickým chemikáliím.

V EU existují další celostátně nebo regionálně oficiálně uznávané Ekoznačky, které jsou rovnocenné Ekoznačce EU, například Nordic Swan v severských zemích, Blue Angel v Německu nebo rakouská Ekoznačka (Austrian Ecolabel)⁵⁷.

Proč je to pro spotřebitele důležité

Ekoznačka pomáhá spotřebitelům snadno identifikovat ty výrobky a služby, které se obvykle pohybují v rozmezí 10 –20% těch nejšetrnějších k životnímu prostředí. Osm z deseti kupujících, kteří znají Ekoznačku EU, jí již důvěřují.⁵⁸

Ekoznačka tlačí na výrobce, aby vyvinuli mimořádné úsilí, aby udělali krok navíc. Na etiketě ji mohou mít opravdu pouze výrobky, které mají lepší vliv na životní prostředí a zdraví, než jak vyžaduje zákon. Společnosti musí řešit dopady produktu nebo služby s ohledem na celý jejich životní cyklus, od výroby až po recyklaci nebo likvidaci, a zajistit, aby produkty dosahovaly prahové hodnoty vysoké kvality.

Ekoznačka je měřítkem pro podnikatele, kteří chtějí vylepšit své výrobky, i když o ni nepožádají. Hraje důležitou roli v rámci širšího rámce politiky EU v oblasti produktů, jako nástroj k posílení trhu, což znamená, že všichni spotřebitelé získají přístup k lepším a ekologičtějším výrobkům a službám.

Ekoznačka je spolehlivá – výrobci mohou Ekoznačku používat pouze poté, co vnitrostátní orgán ověří, že je produkt nebo služba skutečně „zelená“. Za tímto účelem zajišťují, že produkt splňuje požadavky, které jsou pravidelně aktualizovány podle technologického pokroku.

57 For an inventory of other national officially recognised labels in the EU, [this Commission study](#) can be consulted.

58 [Special Eurobarometer 468: Attitudes of European citizens towards the environment](#), November 2017.

Politická agenda na úrovni EU

Nový **Akční plán pro cyklické hospodářství** navrhl důležité regulační a neregulační iniciativy, které mohou stavět na požadavcích stanovených nařízením o Ekoznačce EU č. 66/2010 pro různé skupiny výrobků a služeb. **Rámec politiky udržitelných výrobků** zejména rozšiřuje směrnici o ekodesignu nad rámec energeticky významných výrobků. To by mohlo integrovat stávající kritéria Ekoznačky týkající se trvanlivosti nebo nahrazování nebezpečných chemických látek ve výrobcích, jako jsou textilie nebo nábytek.

Budou navržena nová legislativní a neregulační opatření s cílem podat spotřebiteli spolehlivé a důvěryhodné informace ohledně povědomí o udržitelnosti produktů, což by mohla být dobrá příležitost k posílení Ekoznačky EU. Zejména společnosti budou povinny zdůvodnit svou ekologičnost, a budou stanoveny minimální požadavky na štítky udržitelnosti. Rovněž se předpokládá samostatná právní iniciativa pro lepší ochranu spotřebitelů před greenwashingem.

Komise v současné době rozšiřuje oblast působnosti Ekoznačky EU tak, aby zahrnovala i udržitelné maloobchodní finanční produkty (např. spořicí účty nebo investiční fondy) a veškerou kosmetiku. Pracovní plán na období 2020–2022 by mohl zvažovat i zahrnutí dalších služeb, jako je obnovitelná energie z nových instalací nebo fotovoltaické panely. Kromě rozšíření portfolia Ekoznačky se však Komise chce zaměřit i na větší průmyslové využívání stávajících kritérií. Bude realizovat intenzivnější marketingové a komunikační aktivity vůči spotřebitelům a veřejným zadavatelům. Rovněž posílí využívání Ekoznačky prostřednictvím finančních pobídek, jako jsou ekologické veřejné zakázky (?) nebo případně rozšířená odpovědnost výrobce. Komise se v tomto procesu snaží získat podporu od členských států a dalších zúčastněných subjektů, jako jsou např. spotřebitelské organizace.

Instituce EU a členské státy mohou na podporu Ekoznačky učinit následující:

- Zvýšit povědomí veřejnosti a přitáhnout k Ekoznačce pozornost maloobchodníků a předních společností prostřednictvím zvýšeného úsilí v oblasti marketingu.
- Posílit režim začleněním většího množství zboží a služeb relevantních pro spotřebitele a zadavatele ekologických veřejných zakázek.
- Jít příkladem a podporovat zelené (ekologické) výrobky, které jsou certifikovány Ekoznačkou EU nebo rovnocennými regionálními nebo národními značkami, jako je Nordic Swan, Blue Angel nebo Austrian Ecolabel.
- Zachovat environmentální excelenci systému zajištěním ambiciózních kritérií ve všech oblastech významných pro životní prostředí a zdraví.
- Přidělit dostatečné lidské a finanční zdroje k zajištění řádného fungování systému a posílit spolupráci s regionálními a národními úředně uznávanými ekoznačkami za účelem optimalizace stávajících zdrojů.

Politická agenda na národní úrovni

Co se týče ekoznačení, lze se s ním setkat i na národní úrovni. V České republice mohou výrobky či služby disponovat ekoznačkou, kterou tvoří stylizované písmeno „e“ s nápisem „Ekologicky šetrný výrobek“ („Ekologicky šetrná služba“). Ekoznačka je zde ochrannou známkou, která je registrovaná u Úřadu průmyslového vlastnictví. Ať se jedná o českou či unijní ekoznačku, garantem je Ministerstvo životního prostředí. Organizace, která pak zprostředkovává udělování ekoznaček je CENIA, česká informační agentura životního prostředí.

Zapojení spotřebitelských organizací

Mezi klíčové role spotřebitelských organizací patří:

- **Přimět orgány veřejné moci k aktivnější propagační činnosti**, která může zvýšit povědomí spotřebitelů o Ekoznačce a zvýšit poptávku veřejnosti po zboží a službách, které logo mají.
- **Žádat, aby maloobchodníci a společnosti nabízeli spotřebitelům více produktů s Ekoznačkou** a podporovali svá environmentální tvrzení spolehlivými systémy certifikace, jako je Ekoznačka EU.
- **Podílet se na definování kritérií**, aby bylo zajištěno, že dané logo květiny budou používat pouze produkty environmentální excelence. Jako člen Rady pro Ekoznačku EU má BEUC slovo při vývoji kritérií pro Ekoznačku a v rozhodovacím procesu poskytuje i náhled spotřebitelských organizací. Rada pro Ekoznačku EU rovněž sdružuje Evropskou komisi, členské státy, nevládní organizace v oblasti životního prostředí, průmysl a maloobchodníky.
- **Pomoci lépe zviditelnit Ekoznačku EU⁵⁹, vzdělávat spotřebitele**, kterým štítkům důvěřovat a identifikovat společnosti, které „greenwashují“ své výrobky. Se zvyšující se poptávkou po udržitelnějších produktech došlo k prudkému nárůstu různých iniciativ pro jejich označování, stejně jako ke zvýšení „greenwashingu“, které klamavě lákají spotřebitele k nákupu zboží, které není tak zelené (ekologické), jak se tváří. Po celém světě se nyní používá více než 500 takových štítků⁶⁰ a 3 ze 4 produktů mají v EU⁶¹ alespoň nějaké environmentální tvrzení. Výsledkem je, že se spotřebitelé často cítí ztraceni, když si musí vybrat mezi několika „zelenými“ („ekologickými“) možnostmi, a mohou si tak neúmyslně vybrat produkt, který není zdaleka „zelený“ („ekologický“) nebo etický.

⁵⁹ [The Commission has developed a Digital Toolkit with relevant information and communication materials available for organisations interested in promoting the EU Ecolabel. BEUC regularly proposes communication materials which can be used by consumer organisations, such as the spring campaign for detergents and cleaning products or the holidays campaign for tourist accommodations. Interested organisations can contact BEUC secretariat for any questions and information needed to promote the EU Ecolabel.](#)

⁶⁰ [Gruère, G \(2013\), “A Characterisation of Environmental Labelling and Information Schemes”, OECD Environment Working Papers, No. 62, OECD Publishing, Paris.](#)

⁶¹ *ibid*

Další zdroje – přehledy informací, publikace, odkazy

- **Přehled informací od BEUC o Ekoznačce EU** – https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-056_ecolabel_factsheet.pdf
- **Ekoznačka EU: fakta, čísla a grafika** – <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>
- **Ekoznačka EU: infografika** – https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/label_you_can_trust.pdf

6.3. Předčasné zastarávání

Proč je to pro spotřebitele důležité

Současné vzorce spotřeby se vyznačují dvěma trendy: Spotřebitelé vlastní více produktů než v minulosti a částečně je používají kratší dobu. Kratší doby použití a rychlejší výměna za nový kus vedou ke zvyšujícímu se tlaku na zdroje. Studie, které analyzují dobu používání produktů, zjistily, že v posledních letech klesá. Motivace spotřebitelů k častější výměně produktů než v minulosti však dosud není zcela jasná. Může to souviset s měnícími se preferencemi spotřebitelů, předčasně selhávajícími produkty a marketingovým tlakem, který vede ke konzumu. Je pozoruhodné, že navzdory skutečnosti, že některé výrobky jsou nahrazeny po krátké době používání, několik studií naznačuje, že spotřebitelé by si přáli, aby výrobky vydržely podstatně déle⁶² a že jim záleží na informacích o životnosti výrobků⁶³. Mnoho spotřebitelů je navíc frustrováno, pokud produkty, které zakoupili, nesplňují jejich očekávání.⁶⁴ Komodity potřebné pro pohodlný životní styl, jako jsou pračky⁶⁵, elektrické zubní kartáčky⁶⁶, televizory⁶⁷, tiskárny a smartphony⁶⁸, až příliš často vykazují vady krátce po skončení záruční doby⁶⁹ a nelze je opravit, což vytváří rostoucí tlak na rozpočet spotřebitelů a životní prostředí, zejména při zohlednění toho, že k předčasnému selhání dochází u různých skupin výrobků, což může vést ke kombinovaným účinkům.

Zastaralost je mnohostranný problém a může zahrnovat úmyslné i neúmyslné poruchy produktů v důsledku špatného designu, nemožnosti aktualizace produktu novým softwarem, údržby nebo opravy. Někdy také existuje nespokojenost spotřebitelů se současným fungováním produktu, což vede k jeho nahrazení, zatímco stále funguje.

62 Arbeiterkammer Wien: The use-time and obsolescence of durable goods in the age of acceleration. An Empirical Investigation among Austrian Households.

63 European Commission (2013): Flash Eurobarometer 367 – Attitudes of Europeans towards building the single markets for products indicated that “More than nine out of ten respondents agreed that the lifespan of products available on the market should be indicated (92%). http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_en.pdf

64 Around a third of all washing machines and fridges, and a quarter of all the vacuum cleaners replaced in the UK each year failed to meet the average customer’s expectation for each product’s lifetime. See WRAP: Switched on to Value. Why extending appliance and consumer electronic product lifetimes and trading used products can benefit consumers, retailers, suppliers and the environment, <http://www.wrap.org.uk/content/switched-value>.

In a survey of AK Wien with Austrian consumers 45% of respondents indicated to be satisfied with current product lifetimes but almost 30% said they are rather unsatisfied. http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Bericht_Produktnutzungsdauer.pdf

65 http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1014_DECO_Portugal.pdf

66 http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1013_Test_Achats_Belgium.pdf

67 http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/0913_Stiftung_Warentest_Germany.pdf

68 http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/conference/presentations/Gerjan_int_Veld.pdf

69 While no statistical data on breakdown rates exists for the whole EU, the German Federal Environment Agency is carrying out research on product lifetimes. Preliminary results suggest that the number of small appliances which is not achieving a life-time of 5 years is increasing and that the lifetime of large appliances – while still being above ten years – is declining. Moreover, over 10% of washing machines achieved in 2013 only 5 years lifetime or less compared to 6% in 2004.

See:

http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_10_2015_einfluss_der_nutzungsdauer_von_produkten_auf_ihre_umwelt_obsoleszenz_17.3.2015.pdf

Prakash, Siddharth; Stamminger Rainer & Ines Oehme (2015): Faktencheck Obsoleszenz: Analyse der Entwicklung der Lebens- und Nutzungsdauer von ausgewählten Elektro- und elektronikgeräten. In: Brönneke, Tobias und Andrea Wechsler: Obsoleszenz interdisziplinär. Vorzeitiger Verschleiß aus Sicht von Wissenschaft und Praxis.

EU se začala zabývat problémem produktů, které brzy selhávají, prostřednictvím svých akčních plánů pro cyklické hospodářství (viz úvod a kapitolu o Ekodesignu výše). Obsahují přílohu s časovým plánem a velmi konkrétními opatřeními, která budou zavedena v nadcházejících letech a která spotřebitelským organizacím nabízejí spoustu příležitostí přispět konkrétními návrhy, které přinesou zlepšení⁷⁰.

Některé země EU navíc již jednaly o aspektech, které mohou řešit předčasné zastarávání:

- Delší záruční doby na některé kategorie výrobků (Nizozemsko, Finsko, Švédsko, Island, Norsko, Irsko a Spojené království).
- Legislativní zákaz plánovaného zastarávání ve Francii a nedávná donucovací opatření přijatá v Itálii⁷¹ a ve Francii⁷² vnitrostátními orgány na základě směrnice o nekalých obchodních praktikách.
- Nižší DPH za opravy ve Švédsku.

Další země vyzývají k řešení problémů na evropské úrovni (Belgie a Německo). Proto se i akční plán cyklického hospodářství konkrétně zmínil o boji proti plánovanému zastarávání. Akční plán EU pro cyklické hospodářství obsahuje také plánovaná opatření:

- **Více produktů se stane udržitelnými.** Díky budoucímu „rámcí politiky udržitelných produktů“ se očekává, že mnoho dalších spotřebních produktů – například chytré telefony a počítače – bude odolnějších, opakovaně použitelných, upgradovatelných, opravitelných a recyklovatelných.
- Očekává se, že **vysoce znečišťující odvětví** – jako například textil a budovy – budou efektivněji využívat suroviny. Přístup určování pravidel pro konkrétní odvětví čerpá inspiraci z tolik diskutovaného zákazu plastů na jedno použití, který v rekordním čase prosadily instituce EU v loňském roce.
- **Bude podpořeno „právo spotřebitele na opravu“.** Více spotřebního zboží bude muset jít snadno opravit a upgradovat. Chytré telefony, kávovary a tiskárny by měly být prioritami, protože jsou na prvním místě v seznamu stížností spotřebitelů z celé Evropy.
- **Spotřebitelé získají spolehlivější informace o životnosti a opravitelnosti.** Například v budoucnu bude možná nutné, aby společnosti v místě prodeje zveřejnily, jak dlouho jejich výrobky vydrží nebo jak dlouho budou k dispozici náhradní díly.
- **Spotřebitelé budou lépe chráněni před případy „greenwashingu“ a předčasného zastarávání.** Evropská unie si například klade za cíl lépe se vypořádat s nepodloženými environmentálními tvrzeními a případy neférového zastarávání.

70 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>

71 In 2018, the Italian Consumer and Competition Authority (AGCM) fined Apple and Samsung respectively for €10 and €5 million for unfair commercial practices (for more information see [here](#)). In May 2020, the decision against Apple was upheld by the Lazio court in Italy (see the judgment [here](#)).

72 In February 2020, French authority (DGCCRF) fined Apple for €25 million for not informing consumers about the fact that their iPhone update will affect the device performance, which constituted an unfair commercial practice (see [here](#) for more information).

- Bude se nakládat s **nebezpečnými chemikáliemi** tak, aby nepřetržovaly v recyklovaných výrobcích.

Evropská komise se zavázala k vytvoření kultury oprav a nejnovější prováděcí opatření směrnice o ekodesignu ukazují, že lze přijmout konkrétní opatření k prodloužení životnosti produktu povolením „opravy“. U několika kategorií produktů musí být zásobování náhradními díly udržováno i v průběhu času, jakož musí být dostupné i informace o opravách a údržbě zboží.

V návaznosti na stávající opatření může evropské „právo na opravu“, které se nejprve použije na produkty IKT, zahrnovat:

- Přístup k náhradním dílům, a to minimálně po dobu předpokládané životnosti produktů. Rozšíření náhradních dílů na software je možné a je aktuálně použitelné pro podnikové servery
- Přístup k příručkám pro opravy a údržbu zboží
- Opravitelný design se snadným přístupem k součástem, které bude třeba opravit
- Informace o opravitelnosti produktu v místě prodeje

Politická agenda na národní úrovni

Uvedený problém se v České republice bohužel prozatím výrazněji legislativně neupravuje. Ačkoli již některé evropské státy začínají proti předčasnému zastarávání bojovat, na našem národním poli se prozatím držíme aktuální právní úpravy. Ta stále počítá s klasickou záruční dobou a ani nedisponuje speciálním trestem pro společnosti, které by používaly „kazítka“, která umí porouchat zboží výrazně dříve. Jednou z prvních vlašťovek pomáhající zlepšit dosavadní situaci je již zmíněný návrh Cirkulárního Česka 2040. Zde je možné se setkat s prioritními oblastmi jako Produkty a design či Spotřeba a spotřebitelé. Lze očekávat, že právě v těchto částech projektu se bude dbát na ochranu před předčasným zastaráváním.

Role spotřebitelských organizací

S ohledem na složitost tohoto problému jsou spotřebitelské organizace spolu s akademickými pracovníky a profesionálními opraváři zapojeny do výzkumného projektu PROMPT⁷³, jehož cílem je vyvinout testovací program pro předčasné zastarávání s pilotními projekty pro mobilní telefony, vysavače, televizory a pračky.

Cílem projektu PROMPT je:

- Konsolidace stížností spotřebitelů ohledně nedostatečně výkonných produktů z hlediska jejich životnosti a opravitelnosti prostřednictvím online platforem za účelem shromažďování zpětné

⁷³ <https://prompt-project.eu/>

vazby k produktům, které dříve selhaly, a webového vyhledávače schopného vyhledávat spotřebitelské recenze produktů na online maloobchodních platformách.

- Poskytování testovací metody, která umožňuje označit produkty se sníženou výkonností, pro orientaci spotřebitele.
- Informování odvětví o osvědčených postupech a strategiích designu, aby se předčasnému zastarávání úplně předešlo.

Další zdroje ohledně předčasného zastarávání

- **Přehled informací od BEUC o předčasném zastarávání:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-057_premature_obsolescence.pdf
- **Nový plán cyklického hospodářství EU:** https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf
- **Přehled informací o PROMPT:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-063_prompt_testing_products_to_promote_longer_lifetime.pdf

Příklady a nástroje na národní úrovni – Ekoznačka & energetické štitkování, Ekodesign a předčasné zastarávání

Předčasné zastarávání

Belgie: Spotřebitelská organizace Test-Achats uskutečnila kampaň na zvýšení povědomí o videu s názvem „trop vite usé“, která upozornila na předčasné rozbití a nenapravitelnost produktů a přiměla spotřebitele, aby se přihlásili k produktům, které si koupili, a které se rozpadly příliš brzy.



Doporučení pro spotřebitele týkající se produktů:

Francie – Poradenství spotřebitelům, jak skrze produkty snížit spotřebu energie.

Španělsko – Studie porovnávající platformy pro nákup a prodej použitých produktů.

7. ENFORCEMENT – UDRŽITELNOST PRODUKTU

7.1. Zavádějící zelená (ekologická) tvrzení o produktech a možné problémy s vymáháním

Proč jsou pro spotřebitele důležitá spotřebitelská práva

Stále rostoucí počet podnikatelů využívá zvyšujícího se zájmu spotřebitelů o záležitosti životního prostředí a pomocí zelených tvrzení (tvrzení o ekologičnosti produktu) se snaží odlišit od svých konkurentů. Podle Srovnávacího přehledu podmínek pro spotřebitele EU⁷⁴ z listopadu 2019 je více než polovina spotřebitelů v EU při nákupu do určité míry k těmto environmentálním tvrzením vnímavá.

Spotřebitelé čelí znásobení těchto ekologických tvrzení. Mnohé z nich jsou pochybné (jelikož nejsou nebo ani nemohou být podloženy) a zavádějící. Tato situace vyvolává mezi spotřebiteli zmatek a nedůvěru a ohrožuje jejich rozhodnutí aktivně se zasazovat za přechod k zelené (ekologické) ekonomice. Podle průzkumu Eurobarometru zveřejněného v březnu 2020⁷⁵, který se zaměřuje na environmentální tvrzení v oděvním sektoru, se většina spotřebitelů domnívá, že spousta výrobků opravdu šetrných k životnímu prostředí je, nicméně spíše nevěří tomu, že ekologická tvrzení prodejců jsou pravdivá.

Politická agenda na úrovni EU

Na úrovni EU je klíčovou horizontální legislativou vztahující se na zelená (ekologická) tvrzení **Směrnice o nekalých obchodních praktikách** (směrnice 2005/29/ES)⁷⁶. Jedná se o referenční bod používaný ke stanovení, zda je tvrzení zavádějící buď svým obsahem, nebo způsobem, jakým je prezentováno spotřebitelům. Kromě obecného zákazu klamavých praktik je v příloze 1 na černé listině uvedeno několik praktik týkajících se právě zelených (ekologických) tvrzení.

V rámci snahy o zvýšení účinnosti Směrnice o nekalých obchodních praktikách při zavádějících tvrzeních o životním prostředí EU v roce 2016 rovněž aktualizovala **pokyny o nekalých obchodních praktikách**⁷⁷ na základě práce skupiny mnoha zúčastněných subjektů, jakož i na základě pokynů, které zveřejnilo několik vnitrostátních orgánů.

⁷⁴https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-conditions-scoreboard-consumers-home-single-market-2019-edition_en

⁷⁵<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

⁷⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁷⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>

Kromě Směrnice o nekalých obchodních praktikách mají dopad na ekologická tvrzení také další konkrétní právní předpisy EU (např. Směrnice 2012/27 o energetické účinnosti, směrnice 2010/31/EU o energetické náročnosti budov atd.).

V září 2019 předsedkyně van der Leyen ve svém dopisu o misi (?) novému komisaři pro spravedlnost Reyndersovi⁷⁸ zdůraznila potřebu „najít nové způsoby, jak umožnit spotřebiteli, aby se informovaně rozhodoval a hrál aktivní roli v ekologické změně“. V prosinci 2019 **Evropské sdělení o zelené dohodě**⁷⁹ poukázalo na to, že „spolehlivé, srovnatelné a ověřitelné informace (...) hrají důležitou roli v tom, že umožňují kupujícím přijímat udržitelnější rozhodnutí a snižují riziko greenwashingu“. Při této příležitosti Komise oznámila svůj cíl zintenzivnit „své regulační a neregulační úsilí v boji proti klamavým zeleným/ekologickým tvrzením“. V lednu 2020 se na Spotřebitelském summitu EU uskutečnil seminář „boje proti greenwashingu“, kde se projednala řešení, která může spotřebitelská politika EU nabídnout při řešení zavádějících ekologických tvrzení. V dubnu 2020 zveřejnila Evropská komise nový **Akční plán pro cyklické hospodářství**⁸⁰, který obsahuje opatření pro řešení falešných ekologických tvrzení. Komise rovněž ohlásila nový legislativní nástroj pro „posílení postavení spotřebitele při ekologické změně“.

Politická agenda na národní úrovni

Na vnitrostátní úrovni některé členské státy v poslední době posílily svůj boj proti zavádějícím ekologickým tvrzením (např. Francie v únoru 2020). Vnitrostátní regulační orgány rovněž zveřejnily několik pokynů k ekologickým tvrzením (dánský spotřebitelský ombudsman, francouzské ministerstvo hospodářství, britské ministerstvo životního prostředí atd.).

V České republice se lze setkat s úpravou nekalosoutěžního jednání, která je obsažena v zákoně č. 89/2012 Sb., občanském zákoníku. Jestliže by někdo neoprávněně užil například ekoznačku, jednalo by se o klamavé označení, protože by takové označení vyvolalo mylnou domněnku, že zboží vykazuje zvláštní jakost. Podnikateli, který by se klamavého označení dopustil, hrozí poté postih od příslušného dozorového orgánu.

Role spotřebitelských organizací

Ve společnostech, ve kterých roste povědomí spotřebitelů o životním prostředí, se tohoto faktu snaží mnoho podnikatelů využít při prodeji svých produktů. Tvrdí tak vlastnosti, které nelze doložit. Při ochraně spotřebitelů před takovými nekalými praktikami hrají klíčovou roli spotřebitelské organizace, zejména při:

78 https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/mission-letter-didier-reynders-2019_enpdf.pdf

79 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

80 https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

- **Pozorování trhu** a odhalování jakýchkoli ekologických (zelených) tvrzení, která by mohla být zavádějící, a proto nezákonná: Spotřebitelé často nejsou schopni samostatně posoudit, zda jsou konkrétní tvrzení pravdivá či nikoli, a mohou snadno spadnout do pastí produktů, které pouze předstírají, že jsou šetrnější k životnímu prostředí.
- **Testování produktů a služeb:** Spotřebitelské organizace mají jedinečnou odbornost, aby mohly posoudit, zda lze konkrétní ekologická tvrzení odůvodnit, a pomoci tak spotřebitelům při výběru nejlepších produktů.
- **Zpochybňování nespravedlivých ekologických tvrzení a případů nekalého předčasného zastarávání před soudy nebo veřejnými orgány:** Při prosazování zákonných pravidel, která se vztahují na ekologická tvrzení, musí hrát důležitou úlohu spotřebitelské organizace.
- **Vzdělávání spotřebitelů o greenwashingu:** I když si spotřebitelé stále více uvědomují dopad svých nákupů na životní prostředí a chtějí to zohlednit při výběru produktu, často si neuvědomují, že některá z tvrzení nebo štítků přítomných na trhu nejsou spolehlivá či pravdivá.
- **Ovlivňování právních předpisů** s cílem zajistit, aby byli spotřebitelé účinně chráněni před zavádějícími ekologickými tvrzeními: V současné době na úrovni EU neexistují žádné zvláštní zákony upravující ekologická tvrzení. Platí pouze obecná pravidla směrnice o nekalých obchodních praktikách. Nedostatek právní jistoty a vymáhání proto nedokáže zabránit rostoucímu počtu nepodložených ekologických tvrzení na trhu.

Další zdroje ohledně práv spotřebitele

- **Souborné stanovisko BEUC: Spotřebitelé ve středu boje o udržitelnost. Pohled BEUC na Evropskou zelenou dohodu:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **Souborné stanovisko BEUC: BEZC požaduje účinný zákaz zavádějících ekologických tvrzení (bude aktualizován v roce 2020):** <https://www.beuc.eu/publications/2011-09991-01-e.pdf>

7.2. Práva spotřebitelů a co může přispět k delší životnosti výrobkům

Proč jsou pro spotřebitele důležitá spotřebitelská práva

Spotřebitelé preferují výrobky s delší životností. Podle nedávné studie⁸¹ jsou dokonce připraveni platit podstatně více za výrobky, které jsou odolnější a opravitelnější.

⁸¹ Behavioural Study on Consumers' Engagement in the Circular Economy, October 2018, [final report](#).

Navíc si stále více uvědomují problémy životního prostředí, kterým čelíme, a mimořádné události v oblasti změny klimatu. Chtěli by se více zapojit do cyklického hospodářství⁸² a nejlepším způsobem, jak k tomu přispět, je nákup produktů s delší životností.

Při dosahování těchto cílů jim dopomáhá spotřebitelské právo. Do dvou let po zakoupení produktu se na spotřebitele vztahuje zákonná záruční doba, která zajišťují, že v případě vadného produktu jej spotřebitel může nechat opravit, vyměnit nebo dokonce v některých případech získat zpět své finanční prostředky. Tyto povinnosti vytvářejí pobídku pro prodejce (a nepřímo i pro výrobce), aby se rozhodli pro výrobky s delší životností.

Politická agenda na úrovni EU

Hlavními nástroji spotřebitelského práva na podporu produktů s delší životností, jsou práva ze zákonné záruky.

V současné době jsou na úrovni EU stále regulovány směrnicí **1999/44/ES o některých aspektech smluv o prodeji zboží**. Jedná se o směrnici poskytující minimální harmonizaci, která dává spotřebiteli právo na některá nápravná opatření v případě, že zboží vykazuje vady. Tato směrnice stanoví hierarchii těchto opravných prostředků. Při výskytu vady může spotřebitel v první řadě požádat o opravu nebo výměnu. Pokud to není možné v přiměřené lhůtě nebo bez větších obtíží, může požádat také o snížení ceny nebo o odstoupení od smlouvy (což vede ke vrácení kupní ceny).

Brzy se však začne používat nová **směrnice (EU) 2019/771⁸³**. Tato nová směrnice přinesla některé změny, které by mohly přispět k výrobkům s delší životností:

- Prodloužení období, během něhož se předpokládá, že vada existovala již v době dodání (obrácení důkazního břemene, tzv. domněnka vadnosti), na jeden rok s možností prodloužení na dva roky zákonnými předpisy jednotlivých členských států.
- Životnost se stala novým objektivním požadavkem souladu s kupní smlouvou.
- Povinnost poskytovat aktualizace zajišťující, že zboží s digitálními prvky zůstane v souladu s kupní smlouvou.
- Byla zavedena nová dobrovolná komerční záruka životnosti – podle níž může výrobce přímo odpovídat spotřebiteli.

Tato směrnice je v současné době prováděna do vnitrostátních právních předpisů členských států EU (s lhůtou pro provedení do 1. ledna 2021) a bude použitelná od 1. ledna 2022.

V prosinci 2019 zveřejnila Evropská komise sdělení **Evropské zelené dohody⁸⁴**, kde oznámila svůj cíl učinit EU uhlíkově neutrální do roku 2050. Za tímto účelem vyhlásila řadu iniciativ, mimo jiné i v oblasti spotřebitelského práva. Ty byly dále specifikovány v novém **Akčním plánu pro cyklické**

⁸² Behavioural Study on Consumers' Engagement in the Circular Economy, October 2018, [final report](#).

⁸³ Directive 2019/771 on certain aspects concerning contracts for the sale of goods.

⁸⁴ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

hospodářství⁸⁵, který byl zveřejněn v březnu 2020. Akční plán oznámil revizi spotřebitelského práva EU s cílem zajistit, aby spotřebitel v místě prodeje obdržel důvěryhodné a relevantní informace, včetně životnosti zboží, a dostupnosti služeb opravy, náhradních dílů a příruček k opravám. Bylo oznámeno několik legislativních návrhů na následující roky, včetně:

- Legislativní návrh ohledně posílení postavení spotřebitelů při ekologické změně (2020)
- Legislativní návrh ohledně dokládání ekologických tvrzení (2020)
- Legislativní a nelegislativní opatření zakládající nové „právo na opravu“ (2021)

Bylo oznámeno, že evropská Zelená dohoda má pro Komisi tu nejvyšší prioritu, ačkoli některé ze souvisejících iniciativ by bohužel mohly být odloženy kvůli současné pandemii COVID-19.⁸⁶

Politická agenda na národní úrovni

V únoru 2020 přijala Francie nový zákon o cyklickém hospodářství.⁸⁷ Předpokládá různá opatření, jejichž cílem je zajistit lepší informovanost spotřebitelů, předcházení vzniku odpadu atd. Například od 1. ledna 2021 budou výrobci a dovozci povinni informovat spotřebitele o vlivu svých výrobků na životní prostředí, zejména o jejich životnosti, opravitelnosti, potenciálu opětovného použití, použití recyklovaných materiálů atd.

Práva spotřebitelů jsou na národní úrovni v České republice upravena převážně v zákoně č. 89/2012 Sb., občanském zákoníku a v zákoně č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele. Pokud jde o hlavní aspekty práva spotřebitelů, právo z vady lze ze strany spotřebitele uplatnit u spotřebního zboží ve většině případů v době dvaceti čtyř měsíců od převzetí. To však zároveň nebrání ujednat si dobu pro uplatnění práv z vadného plnění delší. S domněnkou vadnosti je ze strany prodávajícího nutné se vypořádat po dobu půl roku od převzetí věci.

Pokud je však životnost výrobku již opravdu ukončena, užije se zákona č. 542/2020, o výrobcích s ukončenou životností. Tento zákon vymezuje pravidla pro předcházení vzniku odpadu z vybraných výrobků, ale zároveň také upravuje práva a povinnost osob při nakládání s výrobky s ukončenou životností.

Role spotřebitelských organizací

⁸⁵ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

⁸⁶ This concerns also the two initiatives above on empowering consumers and on green claims which have been postponed to 2021. However, the preparatory work within the Commission is ongoing and several public consultations have been published to which BEUC will contribute. The consultations are available at this website: https://ec.europa.eu/info/consultations_en

⁸⁷ Loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire: <https://www.vie-publique.fr/loi/268681-loi-lutte-contre-le-gaspillage-et-economie-circulaire>

Spotřebitelské organizace jsou důležitými ochránci trhu, kteří spotřebitelům pomáhají při hledání produktů s delší životností. Zejména je jejich rolí:

- **Testovat produkty a služby:** Spotřebitelské organizace pomáhají spotřebitelům s výběrem nejvýkonnějších produktů s nejdelší životností.
- **Dávat spotřebitelům doporučení:** na základě výsledků svých testů zveřejňují spotřebitelské organizace žebříčky v různých kategoriích produktů, přičemž nejlepším produktům udělují ocenění.
- **Informovat spotřebitele a radit jim ohledně jejich práv** v případě, že produkty, které zakoupili, jsou vadné, nesplňují jejich očekávání nebo předčasně selhaly.
- **Vzdělávat spotřebitele o jejich právech,** zejména o právu na zákonnou záruku, např. prostřednictvím osvětových kampaní, článků v časopisech, poradenských linek atd.
- **Sledovat trh** a detekovat jakékoli vzorce, které by mohly vést k tomu, že některé konkrétní produkty předčasně selžou (více o projektu PROMPT viz část 7.3 věnovanou předčasnému zastarávání).
- **Prosazovat práva spotřebitelů** před soudy či orgány veřejné moci.
- **Ovlivňovat legislativu:** nejdůležitějším úkolem je zajistit, aby se spotřebitelé mohli spolehnout na své zákonné záruky po celou očekávanou dobu životnosti svého zboží.

Další zdroje ohledně práv spotřebitele

- **Souborné stanovisko BEUC** k návrhu směrnice o některých aspektech smluv o prodeji zboží na dálku: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-053_csc_beuc_position_paper_on_tangible_goods_proposal.pdf
- **Souborné stanovisko BEUC:** Životnost zboží: udržitelnější výrobky, lepší práva spotřebitelů: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-069_sma_upa_beuc_position_paper_durable_goods_and_better_legal_guarantees.pdf
- **Webová stránka BEUC k životnosti zboží:** <https://www.beuc.eu/durable-goods>
- **Nový Akční plán cyklického hospodářství EU:** https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

7.3. Nové nařízení o dozoru nad trhem

Evropská unie přijala na jaře 2019 nové nařízení o dozoru nad trhem.⁸⁸ Zatímco se tato legislativa v minulosti zaměřovala především na aspekty bezpečnosti výrobků, byla rozšířena tak, aby zahrnovala určité environmentální aspekty výrobků, včetně požadavků na ekodesign, Ekoznačku a energetické štítkování, jakož i některé požadavky týkající se chemikálií a odpadu.

⁸⁸ Regulation (EU) 2019/1020 on market surveillance and compliance of products <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R1020>

Cílem tohoto nařízení je:

„zlepšit fungování vnitřního trhu posílením dozoru nad trhem s výrobky, na které se vztahují harmonizační právní předpisy Unie (...), aby se zajistilo, že na trh Unie jsou dodávány pouze ty výrobky, které jsou v souladu s předpisy a splňují požadavky na vysokou úroveň ochrany veřejných zájmů, jako jsou zdraví a bezpečnost obecně, zdraví a bezpečnost na pracovišti, ochrana spotřebitele, ochrana životního prostředí, veřejná bezpečnost a jakékoli jiné veřejné zájmy chráněné uvedenými právními předpisy.“

Toto nové nařízení mohou spotřebitelské organizace využít mnoha způsoby při snaze o zlepšení dodržování environmentálních požadavků na výrobky:

- Pokud spotřebitelské organizace prostřednictvím laboratorních testů zjistí nesoulad výrobků s environmentálními požadavky, mohou použít toto nové nařízení jako právní základ pro upozornění vnitrostátních orgánů dozoru nad trhem na dané výsledky a žádost, aby přijaly opatření proti daným hospodářským subjektům.
- Nové nařízení dále umožňuje uzavírat formalizovanější dohody o spolupráci s třetími stranami, včetně spotřebitelských organizací: *„Orgány dozoru nad trhem se mohou dohodnout s (...) organizacemi zastupujícími (...) konečné uživatele na provádění společných činností za účelem podpory souladu s předpisy, zjišťování případů nesouladu s předpisy, zvyšování povědomí a poskytování pokynů v souvislosti s harmonizačními právními předpisy Unie s ohledem na určité kategorie výrobků, zejména kategorie výrobků, u nichž je často shledáno, že představují závažné riziko, včetně výrobků nabízených k prodeji on-line.“*
- Nové nařízení rovněž požaduje, aby Evropská komise zřídila síť donucovacích orgánů členských států tak, aby lépe spolupracovaly na dodržování předpisů než v minulosti (tzv. Síť Unie pro dodržování předpisů o výrobcích). Pokud se tedy spotřebitelské organizace dozvědí o nevyhovujících výrobcích, které se pravděpodobně budou prodávat v mnoha zemích EU, měly by požádat své vnitrostátní donucovací orgány, aby tyto informace sdílely s ostatními členskými státy a aby byla zajištěna soudržnost donucovacích opatření na celém vnitřním trhu EU.
- Spotřebitelské organizace mohou informovat spotřebitele ve svých národních testovacích časopisech o nevyhovujících produktech a radit proti jejich nákupu.



This document has been produced under a service contract with the European Commission. The content of it represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.