

## Zavádzajúce tvrdenia o ekologickosti

### *Výňatok z usmernení k vykonávaniu/uplatňovaniu smernice 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách*

#### **2.5. Zavádzajúce tvrdenia o ekologickosti**

##### **2.5.1. Úvod / Vymedzenie pojmov**

Výraz „tvrdenia o ekologickosti“ sa vzťahuje na postupy, pri ktorých sa naznačuje alebo iným spôsobom vytvára dojem (v kontexte obchodnej komunikácie, marketingu alebo reklamy), že výrobok (služba) je šetrný(-á) k životnému prostrediu (t. j. má priaznivý vplyv na životné prostredie) alebo životné prostredie poškodzuje menej ako konkurenčné tovary (služby). Môže to byť napr. z dôvodu jeho zloženia, spôsobu výroby, spôsobu zneškodňovania a zníženia spotreby energie alebo zníženia znečistenia, ktoré je možné očakávať pri jeho používaní. Keď sa takéto tvrdenia nezakladajú na pravde alebo keď ich nie je možné overiť, tento postup možno označiť za „dezinformovanie o ekologickosti“ (*green washing*).

Spotrebiteľia môžu pri kúpe výrobkov brať do úvahy aspekt životného prostredia. Obchodníci pri plánovaní svojich reklamných a marketingových kampaní v čoraz väčšej miere berú tieto faktory do úvahy a tvrdenia o ekologickosti sa stali mocným marketingovým nástrojom. Na to, aby tvrdenia o ekologickosti poskytovali spotrebiteľom dostatočné informácie a aby boli účinné pri propagovaní výrobkov a služieb s nižším vplyvom na životné prostredie, je však nevyhnutné, aby boli jasné, pravdivé, presné a aby neboli zavádzajúce. Takisto nesmie dôjsť k tomu, že sa v nich bude zdôrazňovať jeden environmentálny aspekt a že sa budú zakrývať prípadné kompromisy alebo nepriaznivé vplyvy na životné prostredie. Používanie pravdivých tvrdení o ekologickosti je takisto dôležité na ochranu obchodníkov, ktorých tvrdenia zodpovedajú skutočnosti, pred nekalou konkurenciou tých obchodníkov, ktorých tvrdenia o ekologickosti nie sú podložené<sup>50</sup>.

Neexistujú právne predpisy EÚ, ktoré by sa zaoberali konkrétne harmonizáciou environmentálneho marketingu. Na tvrdenia o ekologickosti sa čiastočne vzťahujú konkrétne právne predpisy Spoločenstva, v ktorých sa upravuje environmentálny vplyv kategórie výrobkov a zakazuje sa zavádzajúce používanie tvrdení, log alebo značiek, ktoré sa používajú vzhľadom na tieto konkrétne právne predpisy. V týchto právnych predpisoch sa ustanovujú konkrétne pravidlá, ktoré sú nadradené všeobecnejším ustanoveniam smernice vysvetleným v oddiele 1.9. Príklady takýchto právnych predpisov sa uvádzajú v oddiele 2.5.2.

Mimo uvedených aspektov, na ktoré sa vzťahujú konkrétne právne predpisy EÚ, sa všeobecné ustanovenia smernice majú používať pri posudzovaní tvrdení o ekologickosti a pri určovaní toho, či je tvrdenie zavádzajúce svojim obsahom, alebo spôsobom, akým sa prezentuje spotrebiteľom.

---

<sup>50</sup> Pozri napr. nedávny prieskum s názvom Green expectations – Consumers' understanding of green claims in advertising, ktorý pripravila organizácia Consumer Focus a z ktorého vyplýva, že 58 % spotrebiteľov, ktorí sa prieskumu zúčastnili, zastáva názor, že mnohé spoločnosti predstierajú, že sú šetrné k životnému prostrediu, len aby si mohli účtovať vyššie ceny. Prieskum nájdete tu: [http://consumerfocus.org.uk/en/content/cms/Publications\\_\\_\\_Repor/Publications\\_\\_\\_Repor.aspx](http://consumerfocus.org.uk/en/content/cms/Publications___Repor/Publications___Repor.aspx)

Toto sa zdôraznilo na zasadnutí Rady pre životné prostredie, v rámci ktorého sa 4. decembra 2008 prijali závery k akčnému plánu pre trvalo udržateľnú spotrebu a výrobu a trvalo udržateľnú priemyselnú politiku. V bode 18 záverov Rada „VYZÝVA členské štáty, aby vzhľadom na tvrdenia o ekologickosti v plnom rozsahu vykonávali smernicu o nekalých obchodných praktikách; VYZÝVA Komisiu, aby tvrdenia o ekologickosti zahrnula do všetkých budúcich usmernení k smernici o nekalých obchodných praktikách“.

### **2.5.2. Prehľad konkrétnych právnych predpisov EÚ vzťahujúcich sa na tvrdenia o ekologickosti**

a) Označovanie ekologických produktov sa vymedzuje a upravuje v nariadení (ES) č. 834/2007<sup>51</sup>, v ktorom sa ustanovuje zoznam pojmov a skratiek (ako napr. „bio“ alebo „eko“), ktoré sa môžu používať na označovanie produktov, reklamu produktov a v obchodných dokumentoch produktov, ktoré spĺňajú požiadavky stanovené v tomto nariadení.

Zavádzajúce používanie takýchto označení sa zakazuje v článku 23 uvedeného nariadenia:

*„2. Pojmy uvedené v odseku 1 sa nesmú používať nikde v Spoločenstve a v žiadnom jazyku Spoločenstva na označovanie produktu, reklamu produktu a v obchodných dokumentoch produktu, ktorý nespĺňa požiadavky stanovené v tomto nariadení, okrem prípadov, keď sa nevzťahujú na poľnohospodárske produkty v potravinách alebo krmivách alebo zjavne nemajú žiadnu súvislosť s ekologickou výrobou.*

*Okrem toho sa pri označovaní alebo reklame nesmú používať žiadne pojmy vrátane pojmov používaných v ochranných známkach alebo postupy, ktoré by mohli zavádzať spotrebiteľa alebo užívateľa tým, že budú naznačovať, že produkt alebo jeho zložky spĺňajú požiadavky stanovené v tomto nariadení.*

*3. Pojmy uvedené v odseku 1 sa nesmú používať pre produkty, pri ktorých sa pri označovaní alebo reklame musí podľa ustanovení Spoločenstva uviesť, že obsahujú GMO, sú zložené z GMO alebo vyrobené z GMO.“*

V uvedenom nariadení sa takisto ustanovujú predpisy týkajúce sa spracovaných potravín a povinných údajov a log.

b) Označovanie energetickej spotreby sa upravuje v smernici 92/75/EHS<sup>52</sup>. Domáce spotrebiče ponúkané na predaj, prenájom alebo predaj na splátky musia byť sprevádzané popisom a štítkom poskytujúcimi informácie o spotrebe energie (elektrickej alebo inej) alebo ostatných podstatných zdrojov.

Zavádzajúce používanie takýchto štítkov sa zakazuje v článku 7 písm. b) uvedenej smernice:

*„ak by to mohlo byť zavádzajúce alebo dôjsť k zámene, vystavenie ďalších štítkov, značiek, symbolov alebo nápisov týkajúcich sa energetickej spotreby, ktoré nedosahujú súlad s požiadavkami tejto smernice a príslušných vykonávacích predpisov, je zakázané. Tento zákaz*

---

<sup>51</sup> Nariadenie Rady (ES) č. 834/2007 z 28. júna 2007 o ekologickej výrobe a označovaní ekologických produktov, ktorým sa zrušuje nariadenie (EHS) č. 2092/91 (Ú. v. EÚ L 189, 20.7.2007, s. 1 – 23).

<sup>52</sup> Smernica Rady 92/75/EHS z 22. septembra 1992 o udávaní spotreby energie a iných zdrojov domácimi spotrebičmi na štítkoch a štandardných informáciách o výrobkoch (Ú. v. ES L 297, 13.10.1992, s. 16 – 19).

*sa nevzťahuje na systémy značenia platné v rámci Spoločenstva alebo na vnútroštátne spôsoby značenia, týkajúce sa životného prostredia*<sup>53</sup>.

c) Označovanie pneumatík sa bude riadiť nariadením o označovaním pneumatík vzhľadom na palivovú úspornosť a iné základné parametre<sup>54</sup>, v ktorom sa ustanovuje, že výrobcovia pneumatík musia deklarováť palivovú úspornosť, príľnavosť za mokra a vonkajší hluk valenia pneumatík kategórií C1, C2 a C3 (t. j. pneumatík používaných najmä v osobných automobiloch, ľahkých a ťažkých vozidlách). Od 1. novembra 2012 sa tieto parametre budú zobrazovať v predajniach prostredníctvom tlačeného štítku nachádzajúceho sa v bezprostrednej blízkosti pneumatík v predajni alebo prostredníctvom nálepky nalepenej na behúni pneumatiky. Podľa článku 4 a článku 5 uvedeného nariadenia sa parametre pneumatík budú takisto musieť uviesť na účtenke odovzdanej konečnému používateľovi pri nákupe pneumatík alebo spolu s takouto účtenkou, ako aj v propagačných technických materiáloch, ako napr. katalógoch, letákoch alebo nástrojoch webového marketingu.

d) Označovanie spotreby paliva a emisií CO<sub>2</sub>: podľa smernice 1999/94/ES<sup>55</sup> sa vedľa všetkých nových osobných automobilov v predajni musí nachádzať štítok spotreby paliva. Tento štítok musí byť jasne viditeľný a musí spĺňať určité požiadavky ustanovené v prílohe I. Musí najmä obsahovať úradné údaje o spotrebe paliva vyjadrené v litroch na 100 kilometrov alebo v kilometroch na liter (alebo v míľach na galón) a o emisiách CO<sub>2</sub> v g/km.

V článku 7 sa ustanovuje toto: *„Členské štáty zabezpečia, aby bolo na štítkoch, príručkách, plagátoch alebo v reklamnej literatúre a materiáloch uvedených v článkoch 3, 4, 5 a 6 zakázané uvádzanie takých značiek, symbolov alebo nápisov týkajúcich sa spotreby paliva alebo emisií CO<sub>2</sub>, ktoré nie sú v zhode s požiadavkami tejto smernice, ak ich prítomnosť môže viesť potenciálnych zákazníkov nových osobných automobilov do omylu.“*

V prílohe IV sa okrem toho ustanovujú predpísané pravidlá týkajúce sa propagačnej literatúry k automobilom:

*„Členské štáty musia zabezpečiť, aby celá propagačná literatúra obsahovala údaje o úradnej spotrebe paliva a úradných špecifických emisiách CO<sub>2</sub> vozidiel, ktorých sa to týka. Tieto informácie by mali spĺňať prinajmenšom tieto požiadavky:*

---

<sup>53</sup> Návrh prepracovaného znenia smernice 1992/75/EHS sa v súčasnosti nachádza v záverečnej fáze legislatívneho procesu. Keď nadobudne účinnosť, poskytne sa ním Komisii mandát prijímať opatrenia týkajúce sa označovania konkrétnych výrobkov. Rozsah pôsobnosti smernice o označovaní sa rozšíri na všetky energeticky významné výrobky, ktoré pri ponuke na predaj, prenájom alebo predaj na splátky budú musieť byť sprevádzané popisom a štítkom poskytujúcimi informácie o ich spotrebe energie prípadne ostatných zdrojov. Známa stupnica A – G (a v prípade chladničiek triedy A+ a A++) sa budú naďalej používať s možnosťou otvorenia stupnice až po triedy A+/A++/A+++ a spotrebiteľia budú vždy vedieť o najlepšej triede dostupnej na trhu, keďže v smernici sa bude vyžadovať, aby sa najlepšia trieda vždy označovala tmavozelenou farbou. Nepovolené používanie štítku bude zakázané a členské štáty budú mať pri vykonávaní smernice možnosť stanoviť pre tento prípad rôzne sankcie. V novej smernici sa takisto posilňujú ustanovenia týkajúce sa dohľadu nad trhom v súlade s nariadením č. 765/2008/ES, ktorých cieľom je znížiť prípady nesúladu na minimum. Novým prvkom prepracovaného znenia je zavedenie predpísaných reklamných informácií: „každá reklama na konkrétny model energeticky významných výrobkov, na ktoré sa vzťahuje vykonávacie opatrenie podľa tejto smernice, obsahuje v prípade uvádzania informácií o spotrebe energie alebo cene odkaz na triedu energetickej účinnosti výrobku“ [článok 4 ods. 2 písm. a)].

<sup>54</sup> Nariadenie bolo prijaté 25. novembra 2009. V Úradnom vestníku by sa malo uverejniť začiatkom januára 2010 a účinnosť nadobudne 20 dní po jeho uverejnení.

<sup>55</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/94/ES z 13. decembra 1999 o dostupnosti spotrebiteľských informácií o spotrebe paliva a emisiách CO<sub>2</sub> pri predaji nových osobných automobilov (Ú. v. ES L 12, 18.1.2000, s. 16 – 23).

1. byť ľahko čitateľné a nie menej nápadné než hlavná časť informácií uvádzaná v propagačných materiáloch;

2. byť ľahko zrozumiteľné i pri povrchnom kontakte s nimi;

3. úradne údaje o spotrebe paliva by mali byť poskytované na všetky rozličné modely automobilov, ktoré propagačný materiál zahrňuje. Pokiaľ sa uvádza viac ako jeden model, potom sa zahrnú buď údaje úradnej spotreby paliva pre všetky uvedené modely alebo sa uvedie rozpätie medzi najhoršou a najlepšou spotrebou paliva. Spotreba paliva sa vyjadruje buď v litroch na 100 km (l/100 km), kilometroch na liter (km/l), alebo vhodnou kombináciou týchto údajov. Všetky číselné údaje sa zaokrúhľujú na jedno desatinné miesto.

Tieto hodnoty je možné vyjadriť v odlišných jednotkách (galóny, míle) v miere zlučiteľnej s ustanoveniami smernice č. 80/181/EHS.

Ak propagačná literatúra obsahuje odkaz iba na továrenskú značku a nie na nejaký konkrétny model, potom údaje o spotrebe paliva nemusia byť uvedené.“

e) Zverejnenie skladby paliva sa vyžaduje v smernici o elektrickej energii 2003/54/ES<sup>56</sup>, v ktorej sa ustanovuje povinnosť členských štátov zabezpečiť, aby dodávatelia elektrickej energie uvádzali na účtoch alebo súčasne zasielaných materiáloch a na propagačných materiáloch poskytovaných zákazníkom:

„a) podiel každého energetického zdroja na celkovej skladbe paliva dodávateľa za predchádzajúci rok;

b) minimálne odkaz na existujúce referenčné zdroje ako sú webové stránky, na ktorých sú verejne dostupné informácie o dopadoch na životné prostredie, minimálne o emisiách CO<sub>2</sub> a rádioaktívnom odpade pochádzajúcom z vyrobenej elektrickej energie vzťahnutej k celkovej skladbe paliva dodávateľa za predchádzajúci rok.“

Pokiaľ ide o elektrinu získavanú prostredníctvom výmeny elektrickej energie alebo dovozu od podnikateľského subjektu, ktorý sa nachádza mimo EÚ, možno použiť súhrnné číselné údaje poskytnuté pri tejto výmene alebo hodnoty, ktoré poskytne daný podnik za predchádzajúci rok.

f) Environmentálne značky sa môžu udeliť výrobkom, ktoré počas svojho životného cyklu spĺňajú určité environmentálne požiadavky podľa nariadenia 1980/2000<sup>57</sup> (ktoré sa v súčasnosti prepracováva).

V článku 10 ods. 1 nového prepracovaného znenia nariadenia sa ustanovuje toto: „Akákoľvek klamná alebo zavádzajúca reklama alebo používanie akejkoľvek značky alebo loga, ktoré vedie k zámene s environmentálnou značkou Spoločenstva, je zakázané“.

---

<sup>56</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2003/54/ES z 26. júna 2003 o spoločných pravidlách pre vnútorný trh s elektrickou energiou a o zrušení smernice 96/92/ES (Ú. v. EÚ L 176, 15.7.2003, s. 37 – 19).

<sup>57</sup> Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1980/2000 zo 17. júla 2000 o revidovanej metóde Spoločenstva pri udeľovaní environmentálnej značky (Ú. v. ES L 237, 21.9.2000, s. 1 – 12).

### **2.5.3. Smernica a zavádzajúce tvrdenia o ekologickosti**

V smernici sa neustanovujú konkrétne pravidlá týkajúce sa environmentálneho marketingu a reklamy. Jej ustanovenia sa však uplatňujú na všetky tvrdenia v kontexte obchodných praktík podnikateľov voči spotrebiteľom vrátane tvrdení vzťahujúcich sa na životné prostredie.

Ako sa uvádza v jej 10. odôvodnení, naozaj „*poskytuje ochranu spotrebiteľom tam, kde neexistujú osobitné predpisy pre určité odvetvie na úrovni Spoločenstva a zakazuje obchodníkom vytvárať klamlivú predstavu o povahe produktov*“.

Smernicou sa neodrádza od používania tvrdení o ekologickosti a poskytuje sa ňou právny základ na zaistenie toho, aby obchodníci používali tvrdenia o ekologickosti dôveryhodným a zodpovedným spôsobom. Uplatňovanie ustanovení smernice na tvrdenia o ekologickosti je možné zhrnúť do dvoch hlavných zásad:

- a) Na základe všeobecných ustanovení smernice musia obchodníci predovšetkým prezentovať svoje tvrdenia o ekologickosti konkrétne, presne a jednoznačne;
- b) Obchodníci musia mať na doloženie svojich tvrdení k dispozícii vedecké dôkazy a musia byť pripravení v prípade napadnutia tvrdenia tieto dôkazy poskytnúť zrozumiteľne.

### **2.5.4. V prílohe I sa zakazujú určité zavádzajúce tvrdenia o ekologickosti**

Na základe prílohy I k smernici („čierny zoznam“) sa ďalej uvedené praktiky vždy považujú za nekalé, a sú teda zakázané, a to nezávisle od ich vplyvu na správanie spotrebiteľa:

– č.°2: *Zobrazenie známky dôveryhodnosti, známky kvality alebo ich ekvivalentu bez získania potrebného povolenia.*

Príklad: Používanie akéhokoľvek označenia Spoločenstva alebo vnútroštátneho označenia (napr.: označenie Nordic Swan, Blue angel, alebo NF environment) bez povolenia.

– č.°4: *Tvrdenie, že obchodník (vrátane jeho obchodných praktík) alebo produkt bol schválený, potvrdený alebo povolený orgánom verejnej moci alebo súkromným subjektom, pričom tomu tak nie je, alebo takéto tvrdenie bez toho, že by produkt splňal podmienky schválenia, potvrdenia alebo povolenia.*

Príklad: Tvrdenie, že produkt schválila environmentálna agentúra, mimovládna organizácia alebo normalizačný orgán, pričom tomu tak nie je.

– č.°1: *Tvrdenie obchodníka, že sa zaviazal dodržiavať kódex správania, pričom tomu tak nie je.*

Príklad: Obchodník na svojej webovej lokalite uvádza, že sa zaviazal dodržiavať kódex správania týkajúci sa vplyvu produktu na životné prostredie, pričom tomu tak nie je.

– č.°3: *Tvrdenie, že kódex správania je schválený orgánom verejnej moci alebo iným orgánom, pričom tomu tak nie je.*

Príklad: Obchodník tvrdí, že kódex správania jeho spoločnosti na výrobu automobilov schválila environmentálna agentúra, ministerstvo alebo spotrebiteľská organizácia daného štátu, pričom tomu tak nie je.

### **2.5.5. Uplatňovanie všeobecných ustanovení smernice na zavádzajúce tvrdenia o ekologickosti**

Na základe článku 6 ods. 1 písm. a) a písm. b) smernice platí:

*„obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá alebo akýmkoľvek spôsobom, vrátane celkového prevedenia, uvádza do omylu, alebo je spôsobilá viesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj keď je táto informácia vecne správna (...) a zapríčiňuje alebo je spôsobilá zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil“, a to vo vzťahu k jednému alebo viacerým nasledujúcim prvkom: „a) (...) povaha produktu; b) hlavné znaky produktu, ako je jeho (...) výhody, riziká, zloženie, (...) výrobný postup (...), účel použitia, (...) jeho zemepisný alebo obchodný pôvod alebo očakávané výsledky použitia, alebo výsledky a podstatné ukazovatele skúšok alebo kontrol vykonaných na produkte;“*

Toto ustanovenie sa uplatňuje na obchodnú komunikáciu vrátane tvrdení o ekologickosti (ako napr. texty, logá, obrázky a používanie symbolov). Ustanovuje sa v ňom jednotlivé posudzovanie praktík, obsahu tvrdenia o ekologickosti a jeho vplyvu na rozhodnutie priemerného spotrebiteľa o kúpe.

Môžu vzniknúť dve rôzne situácie:

i) Objektívne klamlivé praktiky: Tvrdenie o ekologickosti je zavádzajúce, lebo obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivé, a to vo vzťahu k jednej alebo viacerým položkám zoznamu ustanoveného článkom 6 ods. 1.

Príklad: Používanie pojmu „biologicky rozložiteľný“, pričom tomu tak nie je (napr. na produkte, ktorý nebol podrobený skúškam), používanie pojmu „bez pesticídov“, keď produkt v skutočnosti pesticídy obsahuje.

V spojení s článkom 12 smernice to znamená, že všetky tvrdenia o ekologickosti musia byť podložené dôkazmi, ktoré môžu overiť príslušné orgány.

ii) Subjektívne klamlivé praktiky: Tvrdenie o ekologickosti je zavádzajúce, lebo uvádza do omylu alebo je spôsobilé viesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj keď je informácia, ktorá je v ňom obsiahnutá, vecne správna.

Táto situácia sa týka skôr spôsobu prezentácie tvrdení o ekologickosti, spôsobu, akým sa začleňujú do kontextu, a – potenciálne klamlivého – dojmu naznačujúceho, že produkt je z hľadiska životného prostredia výhodný, ktorý obchodná komunikácia v spotrebiteľoch vyvoláva.

Príklad: Reklama zobrazujúca automobil v zelenom lese, používanie prírodných predmetov (kvety, stromy) ako symbolov, používanie neurčitých a všeobecných environmentálnych výhod produktu („šetrný k životnému prostrediu, zelený, priateľ prírody, ekologický, udržateľný“), „zozelenenie“ názvov značiek alebo produktov.

Príklad: Výrobca práčky tvrdí, že jeho nový model má o 75 % nižšiu spotrebu vody. Môže to zodpovedať skutočnosti v určitých laboratórnych podmienkach, ale v priemernej domácnosti má daný model len o 25 % nižšiu spotrebu vody.

Príklad: V prípade potravinového výrobku sa tvrdí, že sa vyrobil spôsobom šetrným k životnému prostrediu založeným na systéme značky kvality alebo certifikácie, ktorým sa však v skutočnosti zaisťuje len to, aby poľnohospodár splňal základné environmentálne požiadavky právnych predpisov EÚ (krížové plnenie).

– Keď vnútroštátne výkonné orgány posudzujú tvrdenia, ich jasnosť a presnosť sú dôležitými kritériami. Ide najmä o to, aby sa tvrdenia uskutočňovali takým spôsobom, aby bolo priemernému spotrebiteľovi jasné:

- či sa tvrdenie vzťahuje na celý produkt, alebo len na jednu z jeho zložiek (napr.: recyklovateľný obal, ktorého obsah nie je recyklovateľný, alebo časť obalu, ak je obal recyklovateľný len čiastočne),
  - či sa tvrdenie vzťahuje na spoločnosť (tvrdenie sa uplatňuje na všetky jej produkty) alebo len na určité produkty,
  - na ktorú fázu životného cyklu produktu (ak sa nevzťahuje na celý jeho životný cyklus) alebo na ktoré jeho charakteristické znaky sa tvrdenie presne vzťahuje.
  - Použité tvrdenie o ekologickosti, označenie alebo symbol sa nesmú mýliť s úradnými značkami.
  - Pri posudzovaní by sa takisto mali zohľadniť hlavné znaky produktu. V prípade určitých produktov, ktoré v každom prípade poškodzujú životné prostredie (automobily, pesticídy, produkty obsahujúce toxické látky), by tvrdenia o ekologickosti vzťahujúce sa na jeden aspekt produktu nemali vzbudzovať klamlivý dojem, že produkt ako taký je šetrný k životnému prostrediu.
- Príklad: Odvolací súd vo Francúzsku nedávno potvrdil, že pesticídy označované ako „biologicky rozložiteľné“ a „dobré pre životné prostredie“, pričom niekoľko v nich obsiahnutých látok ešte stále škodí pôde, sú prípadom klamlivej reklamy<sup>58</sup>.
- Užitočné kritériá a príklady je možné nájsť v nezáväzných usmerneniach Komisie týkajúcich sa uskutočňovania a posudzovania tvrdení o ekologickosti vydaných v roku 2000<sup>59</sup>, ktoré sa zakladajú na medzinárodnej norme ISO 14201-1999. Tieto usmernenia obsahujú odkazy na tvrdenia o ekologickosti, ktoré by sa mali považovať za zavádzajúce, napr.:
    - tvrdenia založené na neprítomnosti škodlivého produktu (napr. chemikálie), keď daná kategória produktov vo všeobecnosti neobsahuje tento škodlivý produkt,
    - nevhodné používanie tvrdení „bez/neobsahuje ...“, keď sa vzťahujú na látky, ktoré sa s daným produktom nikdy nespájali alebo ak sa látka, na ktorú sa odkazuje, spájala s produktom v minulosti, ale už sa s ním viac nespája (napr.: dezodoračný sprej, pri ktorom sa tvrdí, že „neobsahuje CFC“, pričom táto požiadavka je zákonom stanovená pre všetky podobné produkty).

### **2.5.6. Porušenia kódexov správania obsahujúcich environmentálne záväzky sa takisto môžu považovať za klamlivé činnosti.**

V článku 6 ods. 2 písm. b) uvedenej smernice sa ustanovuje:

*„Obchodná praktika sa taktiež považuje za klamlivú, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty a okolnosti, zapríčiňuje alebo je spôsobilá zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, a zahŕňa neplnenie záväzkov obsiahnutých v kódexe správania, k dodržiavaniu ktorých sa obchodník zaviazal, ak:*

- nejde iba o snahu zaviazat sa, ale o jednoznačný záväzok, ktorý môže byť preverený,*
- a obchodník uvedie v obchodnej praktike, že je viazaný týmto kódexom.“*

Na porušenia kódexov správania obsahujúcich záväzky týkajúce sa ochrany životného prostredia podnikmi, ktoré sa zaviazali dodržiavať takýto kódex, sa môže reagovať na základe tohto ustanovenia.

Príklad: Obchodník sa zaviazal dodržiavať záväzný kódex postupov, ktorým sa propaguje udržateľné využívanie dreva, a logo kódexu zobrazuje na svojej webovej lokalite. Kódex

<sup>58</sup> Francúzsko - Cour d'appel de Lyon, 29. október 2008, vec: „Roundup“ (Monsanto – Scotts France).

<sup>59</sup> Usmernenia týkajúce sa uskutočňovania a posudzovania tvrdení o ekologickosti, december 2000, Európska komisia – ECA SA, Dr Juan R Palerm

postupov obsahuje záväzok, že jeho členovia nebudú používať tvrdé drevo z neudržateľne obhospodarovaných lesov.

Zistí sa však, že produkty propagované na webovej lokalite obsahujú drevo z odlesnenej oblasti<sup>60</sup>.

Priemerný spotrebiteľ očakáva, že členovia kódexu budú predávať produkty, ktoré spĺňajú daný kódex. Vnútroštátne výkonné orgány potom posúdia, či je pravdepodobné, že spotrebiteľ prijme svoje rozhodnutie o kúpe na tomto základe.

### ***2.5.7. Porovnávanie produktov, ktoré obsahujú tvrdenia o ekologickosti, sa musia posudzovať na základe kritérií stanovených v smernici o klamlivej a porovnávacej reklame***

V smernici 2006/114/ES o klamlivej a porovnávacej reklame (*e-link*) sa ustanovujú najmä podmienky, za ktorých je porovnávacia reklama povolená (článok 1). V článku 4 danej smernice sa stanovujú kritéria, pri splnení ktorých je porovnávacia reklama povolená. Tieto kritériá sa uplatňujú na reklamy, v ktorých sa porovnáva vplyv rôznych produktov na životné prostredie alebo ich prínos v jeho prospech.

Na základe uvedenej smernice by takéto porovnanie malo okrem iného spĺňať tieto podmienky:

- nie je klamlivé v zmysle smernice o nekalých obchodných praktikách,
- porovnáva tovary alebo služby, ktoré uspokojujú rovnaké potreby alebo sú určené na ten istý účel.

Pokiaľ ide o environmentálne porovnávanie, vnútroštátne výkonné a samoregulačné orgány zvyčajne vykladajú toto kritérium tak, že porovnanie by sa malo vzťahovať na rovnakú kategóriu produktov.

- objektívne porovnáva jednu alebo viac podstatných, dôležitých, overiteľných a reprezentatívnych vlastností týchto tovarov a služieb.

Z tvrdenia obchodníka by takisto malo byť jasné, či sa porovnanie uskutočňuje vo vzťahu k jednému alebo viacerým z týchto aspektov:

- vlastný predchádzajúci postup organizácie,
- vlastný predchádzajúci produkt organizácie,
- postup inej organizácie, alebo
- produkt inej organizácie.

---

<sup>60</sup> Z usmernení k právnemu predpisu Spojeného kráľovstva (z mája 2008), ktorým sa vykonáva smernica o nekalých obchodných praktikách, s názvom Consumer Protection from Unfair Trading, ktoré vydal orgán Office of Fair Trading/Department for Business Enterprise and Regulatory Reform (2008)