

The background of the slide features a low-angle, upward-looking perspective of two modern skyscrapers with glass and steel facades. The buildings are partially obscured by a dark teal overlay. On the right side, there are lush green leaves and branches of a tree, also partially covered by the teal overlay.

CIRAA

JAK NA KOMUNIKACI UDRŽITELNOSTI

Synergie mezi byznysem a přírodou

AGENDA

Kdo je CIRA Advisory

Co je greenwashing

Jak greenwashing vzniká

Jak udržitelnost správně komunikovat

Kontakt



Jsme **poradenská** a **konzultační** společnost, která se zaměřuje na oblast **cirkulární ekonomiky** napříč všemi ekonomickými segmenty. Přinášíme **udržitelnost do firem** – aplikujeme cirkulární principy do provozu firem a kanceláří, organizujeme udržitelné eventy, radíme s produktovým designem, vzděláváme zaměstnance a navrhujeme zcela nové cirkulární byznys modely.

Co nejčastěji řešíme:

Komunikační
a PR strategie

Firemní vzdělávání,
eventy a networking

Strategické konzultace a
poradenství

Cirkulární kanceláře,
Quick check provozů

Rešerše, analýzy
a studie na míru



2019

Rok našeho založení. Udržitelnosti a cirkulární ekonomice se naši experti věnují mnohem déle

Poradenství

Nejčastěji vytváříme strategie udržitelnosti a ESG, vedeme pro klienty stakeholder dialogy, analyzujeme podniky, vedeme strategické konzultace o možném udržitelném byznys modelu.

Komunikace

Věnujeme se komunikaci udržitelnosti, zkoumáme greenwashing na českém trhu, realizujeme obsahový management pro udržitelnost nebo PR kampaně.

Eventy a vzdělávání

Máme vlastní cirkulární akademii, ve které přední experti z praxe sdílí své zkušenosti s účastníky. Pořádáme také udržitelné eventy nebo radíme, jak nastavit vztahy s dodavateli vašeho eventu, aby byl udržitelný.



CIRAA

CO JE GREENWASHING

Synergie mezi byznysem a přírodou

Greenwashing v Evropské unii



53 % ekologických tvrzení poskytuje vágní, zavádějící nebo nepodložené informace



40 % tvrzení nemá žádné podpůrné důkazy



Polovina všech zelených štítků nabízí slabé nebo neexistující ověření



V EU existuje 230 štítků udržitelnosti a 100 štítků zelené energie s výrazně odlišnými úrovněmi transparentnosti

Zdroj: [Evropská komise](#)

Legislativní okénko

Stávající legislativa - komunikace udržitelnosti

- Směrnice o právech spotřebitelů (Directive (EU) 2019/2161),
- Směrnice o nekalých obchodních praktikách (Directive (EU) 2019/2161)
- Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě (Directive (EU) 2006/114).

Tyto právní normy se budou průběžně aktualizovat pro naplnění záměrů Green Dealu.

Nová směrnice „Green Claims” -
deklaruje jak budou moci firmy o svých
aktivitách komunikovat

NÁVRHY MOŽNÝCH SANKCÍ



4 %

ročního obrátu firmy



Konfiskace

příslušného produktu



Zákaz

účasti ve veřejné soutěži



CIRAA

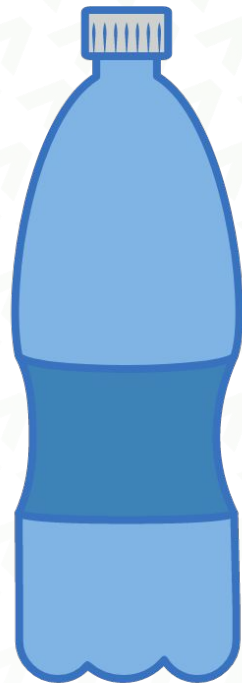
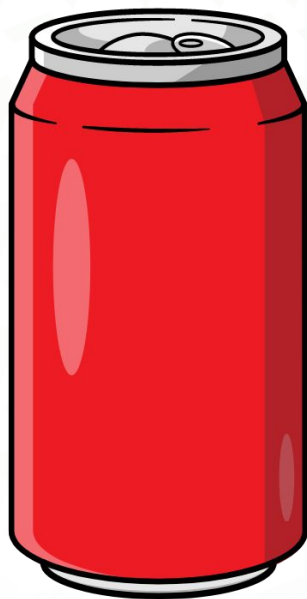
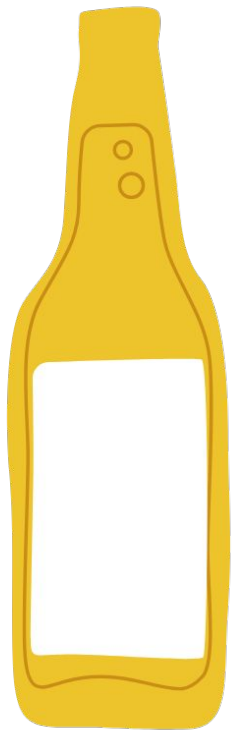
JAK GREENWASHING VZNIKÁ

a koho se ve firmě týká?

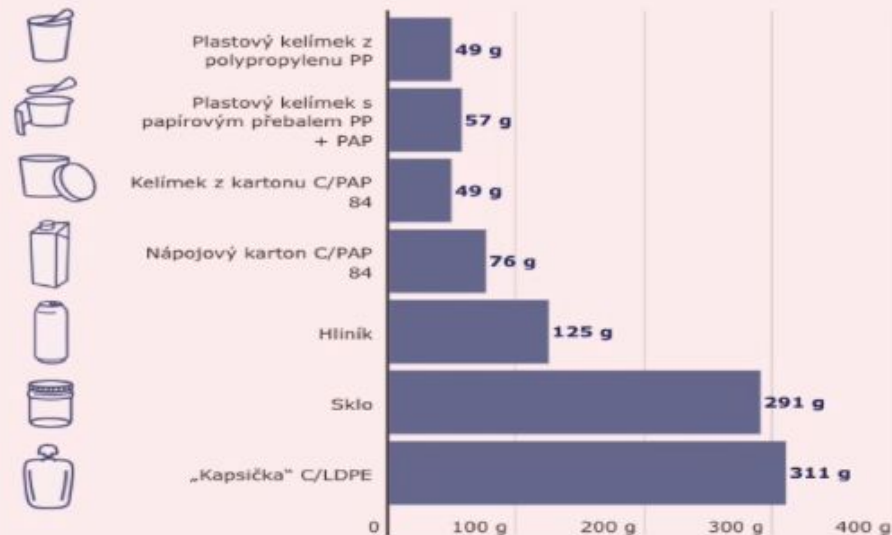
CIRAA

Synergie mezi byznysem a přírodou

Co je to ekologický obal?



Kolik CO₂ vytvoří obaly přepočtené na litr



Pozn: srovnání uhlíkové stopy (v gramech CO₂ ekv.) obalů přepočtený na 1 litr za celou dobu životnosti

PP – polypropylen

PP PAP – polypropylen s oddělitelným papírovým rukávem

C/PAP kelímek z papíru s mikrolaminací = zažehlenou vrstvou polyethylenu

C/PAP nápojový karton s mikrolaminací

ALU hliník

GL sklo (obsahuje hliníkové víčko, potažené plastem)

C/LDPE kombinace materiálů s nízkohustotním polyethylenem

Zdroj: VŠCHT

SZ BYZNYS

Koho se to týká?

VEDENÍ SPOLEČNOSTI

Reprezentujete firmu a jdete „s kůží na trh“, jste za společnost a svá rozhodnutí zodpovědní. Mějte proto povědomí o tom, co a jak vaše společnost komunikuje.

MARKETINGOVÉ ODDĚLENÍ

Tvoříte kampaně, tón komunikace, prodejní argumenty, briefy pro další agentury. Jste experti na komunikaci, ale enviromentální témata jsou specifická a není radno zlehčovat přípravu.

NÁKUPNÍ ODDĚLENÍ A OBCHOD

Rozhodujete o tom, co se u Vás ve firmě bude používat. Nenechte se nachytat nepřesným sdělením dodavatelů, ověřujte si tvrzení. A na oplátku, buďte transparentním dodavatelem pro jiné firmy, informujte pravdivě o dopadech vašich produktů.

A low-angle, upward-looking shot of two modern skyscrapers with glass and metal facades. The buildings converge towards the top of the frame. In the bottom right corner, the dense green leaves of a large tree are visible, partially obscuring the building. The overall color palette is a mix of teal, blue, and green, with a slightly desaturated, cinematic feel.

CIRAA

CO S TÍM
a jak jsme na tom v Česku

CIRAA

Synergie mezi byznysem a přírodou

10 Hříchů greenwashingu

Bristská agentura Futerra definovala tyto základní body, které určují v komunikaci greenwashing

Skrytý kompromis

Vágní tvrzení

**Chybějící
důkaz**

**Použití falešných
značek**

**Irelevantní
tvrzení**

Nevinné lži

Menší zlo

**Srovnávací
reklama**

Pochybné obrázky

**Zlomyslně
odborný slovník**



FAKULTA
SOCIÁLNÍCH VĚD
Univerzita Karlova

CIRAA

MANUÁL KOMUNIKACE UDRŽITELNOSTI BEZ GREENWASHINGU

PETRA KOUDELKOVÁ, PH.D.
BARBORA MÁROVÁ
MATYÁŠ RIEGER
JANA BÁBIKOVÁ
ALBERT SCHANDL



MANUÁL KOMUNIKACE UDRŽITELNOSTI

TRENDY GREENWASHINGU NA ČESKEM TRHU
A JAK JIM PŘEDCHÁZET

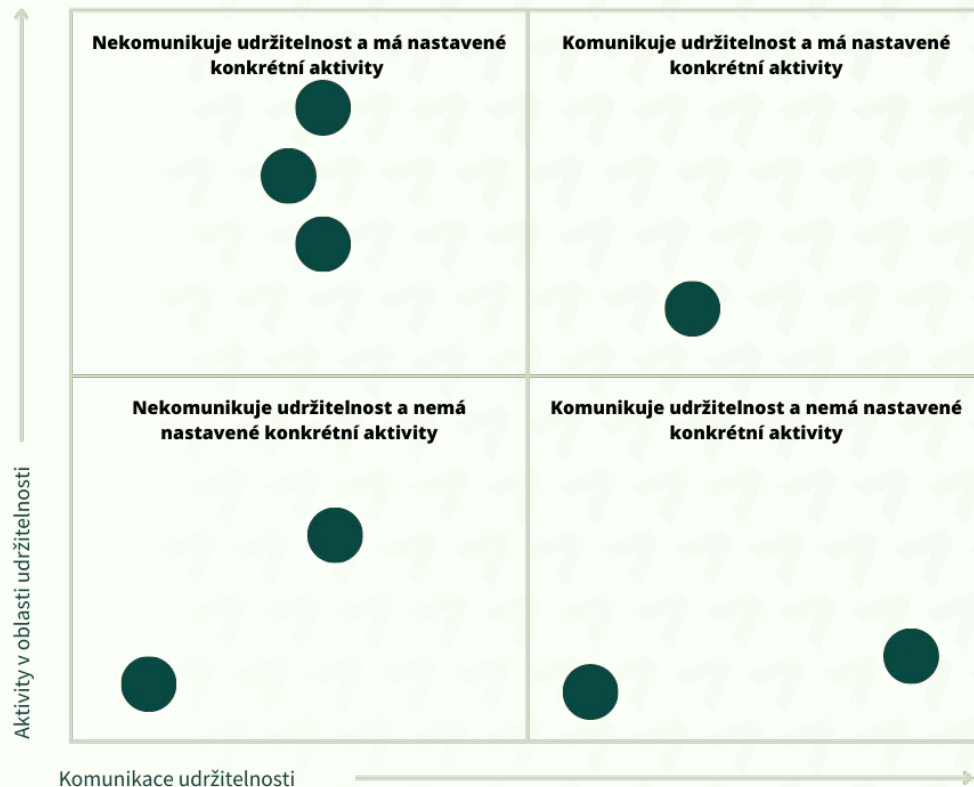
ČÁST 1. - SUPERMARKETY

CIRAA



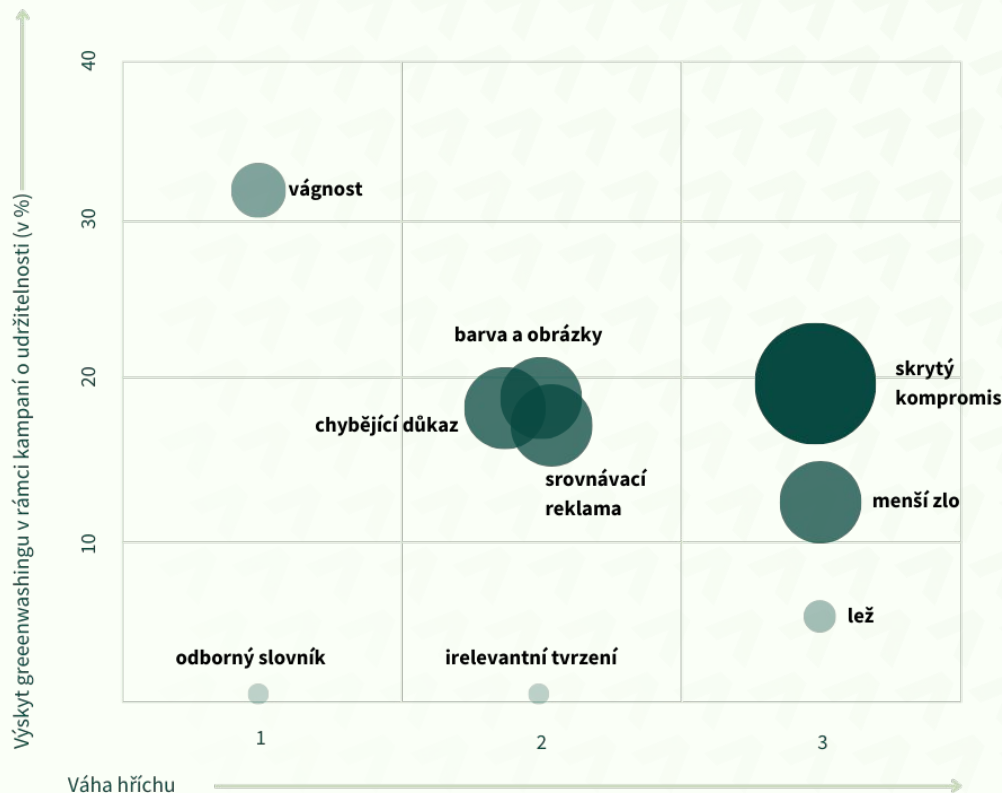
FAKULTA
SOCIÁLNÍCH VĚD
Univerzita Karlova

Jak jsme na tom v Česku



Zdroj: FSV UK a CIRAA

Jak jsme na tom v Česku



Zdroj: FSV UK a CIRAA



CIRAA

JAK KOMUNIKOVAT SPRÁVNĚ?

CIRAA

Synergie mezi byznysem a přírodou

ZÁKLADY SPRÁVNÉ KOMUNIKACE

1 POZNEJTE SVOU FIRMU

Téměř každá firma už něco v oblasti udržitelnosti dělá, ale možná to tak ani nenazývá. Poznejte vlastní firmu, hledejte Vaše silné stránky a ty rozvíjejte, jak z hlediska komunikace, tak dalších udržitelných projektů.

2 POZNEJTE SVÉ PUBLIKUM

Ptejte se lidí, co je zajímavá a připravujte komunikaci dle toho. Běžného spotřebitele pravděpodobně nezaujmou výsledky o snížení uhlíkové stopy, ale Váš management ano.

3 NASTAVTE STRATEGII

Strategii komunikace udržitelnosti můžete nastavit až po tom, co máte informace o Vaši firmě a znáte cílové skupiny. Nastavujte komunikaci tak, aby byla pro cílové skupiny zajímavá, mohli jste ze strategie dlouhodobě čerpat a ověřte si, zda se vyhýbáte greenwashingu.

4 VZDĚLÁVEJTE SE

Zájem o udržitelnost se rychle vyvíjí. Vzniká nová legislativa, kupní síla získává nejmladší generace, banky a investoři vnímají udržitelná témata pořád intenzivněji. Bez vyhodnocování a vzdělávání se to nepůjde.

CIRAA

ZÁSADY SPRÁVNÉ KOMUNIKACE

1

TRANSPARENTNÍ

Komunikujete s cílovými skupinami o Vašich udržitelných aktivitách, vyhýbáte se hříchům greenwashingu, zejména *skrytému kompromisu* nebo *menšímu zlu*.

2

AUTENTICKÁ

Komunikace se ideálně váže k Vašemu odvětví. Děláte aktivity, na které máte přímý dopad. Máte jasně dané prioritní oblasti a ty se dlouhodobě soustředíte. Komunikace Vám následně funguje i bez *pochybných obrázků* nebo typické zelené barevnosti.

3

DŮVĚRYHODNÁ

Důvěryhodnost podpoříte použitím certifikací od věrohodné třetí strany, vyhýbáte se greenwashingovým hříchům a Vaše aktivity v oblasti udržitelnosti rozšiřujete, neděláte jenom “výkřiky do tmy” pro PR kampaně.

4

POZITIVNÍ

Pozitivní sdělení je zajímavé a atraktivní pro koncové spotřebitele. Lidé chtějí vidět pozitivní sdělení a slyšet přínos pro sebe.



CIRAA

PŘÍKLADY Z PRAXE

Synergie mezi byznysem a přírodou

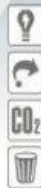
Better Than New



roll over the boxes to view product stories

Down Sweater

[View Details](#) [Men's](#) | [Women's](#)



The Good
We use high-quality goose down, an exceptionally efficient insulator. The down comes from humanely raised geese and is minimally processed. The light shell is made of recycled polyester.

The Bad
We had to increase the weight of the shell fabric when we switched to recycled polyester, and the product is not yet recyclable.

What We Think
We're still looking for ways to recycle down garments.



Patagonia® Surf Trunks from 1994

DON'T BUY THIS JACKET



In Fashion Week, when the design world turns its attention to what's new, Wild One is proud to spotlight something better: what lasts. While we're proud of the quality and performance of Patagonia clothes, every new thing we make—everything anyone makes—takes nature more than we know how to repay.

That's why Patagonia has chosen to celebrate our old stuff as well as our new. We've added customers to send in photos and stories for our Worn Well® line, which showcases Patagonia clothes that we intend for years to decades and beyond. The Patagonia Surf Trunks from 1994 you've been looking at? Chris Sharpley, who has worn them paddling and surfing everywhere from Indonesia to Spain to Sweden? They're still in use, though beat up, stretched up and altered. Fabric from a beach umbrella now makes up the rest. The resulting rip at the hem serves as a patch on another part of Patagonia shorts.

The fact we're offering Worn Well—used clothing sections in several of our stores, where you can find high-quality Patagonia clothes still on their way toward getting the chance to become great Worn Well stories. It's part of our Common Threads Partnership with our customers to reduce consumption, repair what's broken, redistribute what we no longer use, replace or repair what wears out, and recognize a world where we take only what nature can replace.

Krekry z mláta? „Všechno jde, když se chce,“ tvrdí zakladatel Zemanky

O biopekárnu Zemanka jste v poslední době možná slyšeli. Do svého portfolia totiž nedávno zařadila krekry z mláta, které v pivovarech zůstávají jako odpad při vaření piva. Sušenky ze "zbytků" jsou jedním z dalších kroků, kterými firma přispívá ke svému udržitelnému chodu. Nasedli jsme do auta a jeli zjistit něco víc o tom, jak to v pekárně funguje.

Datum: 17.09.2020 Autor: Zachraň jídlo





CIRAA

**DĚKUJEME
ZA POZORNOST**

Synergie mezi byznysem a přírodou



CIRAA

Jana Bábiková
CIRA Advisory s.r.o.

+420 774 895 114
babikova@ciraa.eu

www.ciraa.eu

Děkuji za pozornost

CIRAA
Synergie mezi byznysem a přírodou