

**GREENWASHING JAKO RIZIKO
PRO COMPLIANCE:
NOVÁ PRAVIDLA MĚNÍ
REALITU MARKETINGU**

O NÁS



CIRA ADVISORY

CIRA



KONZULTACE



KOMUNIKACE



VZDĚLÁVÁNÍ

NAŠI KLIENTI



CO JE GREENWASHING

Greenwashing je dezinformace šířená organizací s cílem vytvořit environmentálně odpovědný obraz sebe sama.

Zákon jej přímo nedefinuje, ale popisuje nekalé praktiky.

Má podobu textového, obrazového, symbolického znázornění a může se vztahovat na tvrzení o aktuálním nebo budoucím dopadu na životní prostředí.

CIRAA



53 % zelených tvrzení uvádí neurčité, zavádějící nebo nepodložené informace



40 % tvrzení nemá žádné podpůrné důkazy



Polovina všech zelených značek nabízí slabé nebo neexistující ověření



V EU existuje 230 štítků udržitelnosti a 100 zelených energetických štítků s velmi rozdílnou úrovní transparentnosti.

*PRŮZKUM EVROPSKÉ KOMISE Z ROKU 2020

NOVÁ ČESKÁ LEGISLATIVA

Čeká na schválení. Vychází ze Směrnice EU 2024/825 (ECGT).



OD ZÁŘÍ
2026

01

KONEC VÁGNÍCH TVRZENÍ

Zakazují se **vágní výrazy a klamání spotřebitele** o současném nebo budoucím vlivu na životní prostředí

02

NEZÁVISLÉ OVĚŘENÍ

Nutné dodat nezávisle **ověřené důkazy** o environmentálních tvrzeních a metoda srovnávání dat. Pokud chcete tvrzení opírat o certifikace, použít můžete pouze uznávané a platné certifikace, jako jsou ISO 14001 či EU Ecolabel.

03

POKUTY A DOPADY

Zákon ukádá pokuty za greenwashing až do výšky **5 milionů korun**. Greenwashing tak bude mít konkrétní zákonem uložené peněžní sankce.

NOVÁ ČESKÁ LEGISLATIVA

Čeká na schválení. Vychází ze Směrnice EU 2024/825 (ECGT).



OD ZÁŘÍ
2026

04

UHLÍKOVÁ NEUTRALITA

Uhlíkovou neutralitu lze nově deklarovat, jen pokud vychází z reálného zlepšení vlastního provozu. Spoléhá-li firma pouze na nákup kompenzací (offsetů), jde o greenwashing.

05

OPRAVITELNOST A NÁHRADNÍ DÍLY

Firmy nesmí nutit k předčasné výměně spotřebních dílů (například tonery). První oprava prodlouží záruku zboží o jeden rok. Pokud jsou tyto údaje dostupné, musí firmy nově informovat o indexu opravitelnosti, ceně náhradních dílů i dostupnosti servisních návodů.

06

PLÁNOVANÉ ZASTARÁVÁNÍ A SOFTWAREVÉ AKTUALIZACE

Firmy nesmí lhát o životnosti ani nutit k instalaci softwaru, který věc zpomalí nebo zhorší výdrž baterie. Nově musí uvést, jak dlouho budou aktualizace zdarma dostupné.



ZELENÝ ŠETRNÝ K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ BIOLOGICKY ROZLOŽITELNÝ EKOLOGICKY ŠETRNÝ ŠETRNÝ KE KLIMATU

Vágní tvrzení, za které hrozí pokuta.

Tvrzením zákon rozumí jakékoliv sdělení nebo znázornění.

Včetně textů, fotek, obrázků, grafiky a symbolů.

SOUDNÍ SPORY Z EU O GREENWASHINGU



NĚMECKO, APPLE WATCH

Německý soud v srpnu 2025 zakázal společnosti Apple označovat hodinky Apple Watch za „CO₂ neutrální“. Soud rozhodl, že kampaň byla klamavá, protože Apple nedokázal garantovat dlouhodobost svých projektů kompenzace emisí (tzv. offsety). Většina smluv totiž končila už v roce 2029, což odporuje očekávání spotřebitelů o udržitelnosti do roku 2050.

Samotné logo Applu „Carbon Neutral“ soud nezakázal – vnímá ho jen jako indikátor standardů Applu, nikoliv jako nezávislou pečeť kvality, což může být do budoucna v rozporu se směrnicemi EU.

Zdroj: [Galaxus.at](https://www.galaxus.at)



ITÁLIE, SHEIN

Italský antimonopolní úřad (AGCM) udělil v srpnu 2025 čínské e-commerce platformě Shein pokutu 1 mil. EUR za greenwashing. Firma na webu používala vágní a zavádějící tvrzení o recyklovatelnosti a cirkularitě. Kolekce evoluSHEIN, prezentovaná jako udržitelná, tvořila jen zlomek celkové nabídky, což budilo falešný dojem ekologičnosti celé značky.

Úřad také napadl sliby o snižování emisí do roku 2030 jako generické a nepodložené, neboť emise firmy v letech 2023–2024 reálně rostly. Kauza dokládá, že vágní tvrzení a budování komunikace pouze na vybraných produktech z portfolia, se přestává vyplácet.

Zdroj: [ESGToday.com](https://www.esgtoday.com)



BELGIE-NĚMECKO, FLIXBUS

Flixbus se v Belgii prezentoval jako „nejšetrnější způsob dopravy“, aniž by toto tvrzení podložil srovnáním či daty. Flixbus původně odmítnul úpravy svých tvrzení a proto se kauza posunula na německý soud. Právě v Německu má totiž Flixbus sídlo.

Německý soud v únoru 2025 definitivně potvrdil pochybení společnosti FlixBus za greenwashing a pod hrozbou pokuty 250 000 EUR musel své tvrzení upravit. Kromě nepodložených tvrzení vadilo německému soudu také nabízení netransparentních CO₂ kompenzací a propagace vlaků Flixtrain v zemích, kde nejezdí.

Zdroj: [Brusselstimes.com](https://brusselstimes.com)



POLSKO, ALLEGRO

Polský úřad UOKiK zahájil v červenci 2025 řízení proti Allegru. Hlavním problémem byla kampaň „Sazíme stromy“. Firma podmiňovala výsadbu souhlasem zákazníků v e-mailu zasláném během vánočního shonu, o čemž zákazníci nevěděli. Navíc stromy sázela předem bez ohledu na aktivitu lidí, což zpětně vydávala za výsledek jejich voleb.

Společně s Allegrem si polské úřady posvítily také na DHL, DPD a InPost, u kterých jim vadila propagace „zelených flotil“, které tvoří jen zlomek vozů.

Proces stále probíhá a firmám hrozí pokuty až 10 % z jejich obratu.

Zdroj: [Peters&Peters](#)



allegro

JAK Z TOHO VEN

01

POCHOPTE KONTEXT

Projděte si vlastní komunikační kanály, zaměřte se na problematické oblasti.

02

AUTENTIČNOST

Zjistěte, ve kterých tématech jste silní a co přirozeně děláte. Najděte správná slova a témata, která zaujmou cílové skupiny a srozumitelně vysvětlí vaše silné stránky v udržitelnosti.

03

MANUÁLY A CHECKLISTY

Pro interní i agenturní týmy vytvořte konkrétní návody a checklisty aktivit, na které se zaměřit a co nepodcenit, pokud se kampaň věnuje udržitelnosti.

04

NASTAVENÍ STRATEGIE

Vytvořte komunikační strategii pro celou značku nebo specificky pro oblast komunikace udržitelnosti. Definujeme si cílové skupiny, příležitosti, klíčová sdělení i komunikační kanály.

ŘEKLI O NÁS

SKANSKA

„Spolupráce s CIRAA pro nás byla důležitým krokem v systematickém uchopení komunikace udržitelnosti. Vnímáme ji jako klíčovou aktivitu nejen pro tým komunikace, ale pro každého, kdo u nás přichází do kontaktu s klienty.“

Iva Stejskalová, Manažerka značky a komunikace, Skanska Residential



„Oceňuji vysokou profesionalitu všech v CIRAA a zároveň velký zápal pro témata udržitelnosti. Líbí se mi, že skutečně naslouchají našim potřebám a zároveň přinášejí zkušenosti v oblasti komunikace. Spolupráce má výsledky a je efektivní. A navíc vždy příjemná, prostě je máme rádi.“

Jan Zeman, zakladatel a majitel Biopekárny Zemanky



Spolupráce pro nás není jen o obsahu nebo komunikaci – je to hlavně o tom, že máme po boku partnera, který během naší spolupráce skutečně chtěl porozumět jak našemu oboru, tak i filozofii firmy. I proto jsme se na začátku domluvili na spolupráci jen na dobu určitou, s tím, že se uvidí, kam se to vyvine. Postupně se ukázalo, že spolupráce dává smysl. Dokáže nám totiž pomoci uchopit technicky náročná témata tak, aby byla srozumitelná i pro širší veřejnost, a přitom neztrácela na své odbornosti.

Olga Pleyer, Specialista vývoje a udržitelnosti, CLASSIC OIL



„Spolupráci s CIRA Advisory hodnotíme jako mimořádně přínosnou. Potřebovali jsme přetavit naši strategickou myšlenku podpory HORECA partnerů v udržitelnosti do funkčního a praktického nástroje, což se beze zbytku podařilo. Oceňujeme především strukturovaný přístup, kdy jsme se od úvodní analýzy dostali až ke komplexní metodice a konkrétním doporučením. Velkým přínosem pro nás byla příručka pro komunikaci. Nečekali jsme, jak komplexní a legislativně svázaná je problematika greenwashingu.“

Jana Riegerová, Trade Marketing Manager Senior, Kofola

**DĚKUJI ZA
POZORNOST**



JANA BÁBIKOVÁ
Senior konzultant
babikova@ciraa.eu