

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: 6208 T Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor

Katedra: Obchodu

Diplomová práce

Národní ecolabellingový program ČR z pohledu výrobních subjektů

Vedoucí diplomové práce:
Ing. Hana Doležalová, Ph.D.

Autor:
Michal Nachtnebel

2006

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Národní ecolabellingový program ČR z pohledu výrobních subjektů“ vypracoval samostatně a veškerou použitou literaturu jsem uvedl v příloženém seznamu literatury.

V Českých Budějovicích dne 20. dubna 2006

.....

Michal Nachtnebel

Poděkování

Rád bych na tomto místě poděkoval Ing. Haně Doležalové, Ph.D. za cenné rady, podněty a připomínky při odborném vedení mé diplomové práce. Dále bych rád poděkoval pracovníkům Agentury pro ekologicky šetrné výrobky panu Petru Siafrídovi a Mgr. Adéle Princové za poskytnutí informací o činnostech agentury.

OBSAH

1. Úvod	7
2. Literární přehled	8
2.1 Vymezení pojmů	8
2.1.1 Environmentální značka	8
2.1.2 Environmentální značení typu I	8
2.2 Počátky a rozšíření ecolabellingu	10
2.2.1 Ecolabelling ve světě	10
2.2.2 Zavádění certifikačních systémů ecolabellingu	11
2.2.3 Ecolabelling v Evropské unii	12
2.2.4 Global Ecolabelling Network	20
2.3 Ekoznačení v České republice	21
2.3.1 Ekoznačení jako součást politiky životního prostředí	21
2.3.2 Vznik Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků	23
2.3.3 Charakteristika programu	23
2.3.4 Ochranná známka programu	23
2.3.5 Úkol systému ekoznačení v České republice	24
2.3.6 Zásady a přínosy Národního programu ekoznačení „EŠV“	24
2.3.6.2 Přínosy programu	25
2.3.7 Organizace a řízení Programu	25
2.3.7.1 Ministr a Ministerstvo životního prostředí	27
2.3.7.2 Rada pro ekologicky šetrné výrobky	27
2.3.7.3 Agentura pro ekologicky šetrné výrobky	27
2.3.8 Financování	28
2.3.9 Propagace	28
2.3.10 Podpora ekoznačení „EŠV“ ze strany vlády	30
3. Metodický postup	33
3.1 Cíl	33
3.2 Metodika	33

4. Ekoznačení z pohledu výrobních subjektů.....	35
4.1 Výrobní kategorie	35
4.2 Účast v programu	40
4.2.1 Přihlášení.....	40
4.2.2 Povinnosti držitele.....	41
4.2.3 Spolupráce s agenturou	41
4.3 Dotazníkové šetření.....	42
4.3.1 Sestavení dotazníku.....	42
4.3.2 Rozesílání dotazníku	42
4.3.3 Vyhodnocení dotazníků.....	43
5. Závěr.....	58
6. Seznam použité literatury	60
7. Seznam obrázků, tabulek a grafů	61
8. Seznam příloh.....	63

Summary

1. Úvod

Význam ecolabellingu v dnešní době je pro společnost velice vysoký, neboť se přímo i nepřímo dotýká takových zásadních témat, jako je šetrné zacházení s přírodními zdroji a vliv produkce na životní prostředí. Ochrana životního prostředí patří mezi tzv. negativní tržní externality, tedy do oblasti, kterou trh není sám schopen vyřešit. Proto se ochraně životního prostředí musí věnovat ve své hospodářské politice stát.

Politika životního prostředí se odráží od konceptu tzv. trvale udržitelného rozvoje, který se poprvé objevil v roce 1987. Tento koncept přijalo mnoho vlád jako jeden z hlavních principů pro tvorbu své veřejné politiky. Pro realizaci cílů udržitelné spotřeby, využívá vláda České republiky celou škálu nástrojů. Kromě právních a ekonomických nástrojů, či zvyšování povědomí veřejnosti v otázkách životního prostředí staví i na dobrovolných nástrojích. Do této skupiny patří mimo jiných i ekoznačení.

Fungování dobrého systému ekoznačení je důležité, zejména proto, že se stává vlivným nástrojem environmentální politiky v oblasti preventivních strategií. Velkou předností tohoto systému je schopnost ovlivňovat nabídku i poptávku a pomocí tržních mechanismů tak napomáhat změně vzorců spotřeby a vést k realizaci udržitelného rozvoje.

2. Literární přehled

2.1 Vymezení pojmů

2.1.1 Environmentální značka

Environmentální značky a prohlášení jsou jedním z nástrojů environmentálního managementu, který je předmětem řady norem ISO 14000.

Pro ecolabelling se v češtině používá přesný termín environmentální značení. ČSN ISO 14020 definuje *environmentální značku* jako tvrzení, které poukazuje na environmentální aspekty výrobku nebo služby.

Dále upřesňuje, že environmentální značka nebo prohlášení může mít podobu sdělení, symbolu nebo obrazce na výrobku, v dokumentaci k výrobku, v technických bulletinech, v reklamě nebo propagaci, mezi jinými možnostmi. (3)

2.1.2 Environmentální značení typu I

ČSN ISO 14024 dále definuje program *environmentálního značení typu I* jako dobrovolný program třetí strany, založený na základě uplatnění více kritérií, který uděluje licence opravňující k používání environmentálních značek na výrobcích, které ukazují, v rámci určité výrobní kategorie, na celkovou největší vhodnost výrobku z environmentálního hlediska s ohledem na jeho životní cyklus.

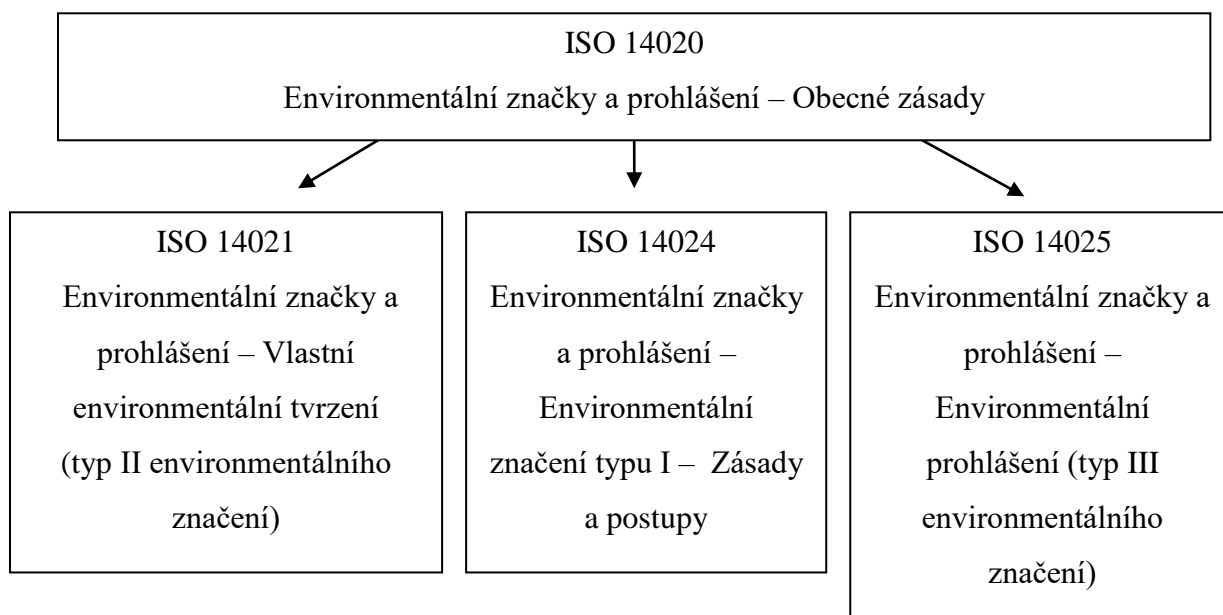
Třetí strana je podle ČSN ISO 14024 osoba nebo orgán uznané za nezávislé na stranách zainteresovaných v daném problému. Zainteresovaná strana je pak jakákoli strana ovlivněná programem environmentálního značení typu I. (4)

Zohlednění životního cyklu je dle této normy nejlepším způsobem jak dosáhnout cíle zmenšení celkových environmentálních dopadů a ne pouze přesunutím dopadů napříč složkami životního prostředí nebo stádii životního cyklu.

Životní cyklus přitom definuje ČSN ISO 14020 jako po sobě jdoucí provázaná stadia výrobního systému od získávání surovin nebo tvorby přírodních zdrojů ke konečnému zneškodnění. (3)

Národní program označování výrobků ochrannou známkou „Ekologicky šetrný výrobek“ je právě systém environmentálního značení typu I.

Obrázek 1 - Zařazení environmentálního značení v rámci mezinárodních norem



Pramen: Norma ISO 14020

Norma 14020 v sobě nese 9 hlavních zásad, které jsou základem pro environmentální značení:

- 1) Environmentální značky a prohlášení musí být přesné, ověřitelné, odpovídající a nezavádějící. Musí poskytovat pouze ty informace, které odpovídají skutečnosti, musí se týkat pouze těch environmentálních aspektů, které nejsou bezvýznamné a které se vztahují k současným okolnostem čerpání přírodních zdrojů, výroby, distribuce nebo zneškodňování spojených s výrobkem nebo službou.
- 2) Postupy a požadavky na environmentální značky a prohlášení nesmí být připraveny, přijaty nebo použity za účelem nebo s následkem vytvoření neopodstatněných překážek pro mezinárodní obchod. Jako návod k výše uvedené zásadě by měly být brány v úvahu použitelná ustanovení a výklady Světové obchodní organizace.
- 3) Environmentální značky a prohlášení musí být založeny na vědecké metodice, která je pro podporu tvrzení dostatečně důkladná a úplná, a která poskytuje přesné a reprodukovatelné výsledky. Informace musí být shromažďovány a zpracovávány metodami, které jsou ve vědeckých nebo profesních oborech uznané a obecně přijaté nebo jsou jinak vědecky obhajitelné.

- 4) Informace týkající se postupů, metodik a jakýchkoli kritérií používaných k podpoře environmentálních značek a prohlášení musí být dostupné a musí být na požádání poskytnuty všem zainteresovaným stranám.
- 5) Při vytváření environmentálních značek a prohlášení se musí vzít v úvahu všechny odpovídající aspekty životního cyklu výrobku.
- 6) Environmentální značky a prohlášení nesmí bránit inovacím, které udržují nebo mají schopnost zlepšit environmentální profil.
- 7) Jakékoliv administrativní nebo informační požadavky, které se týkají environmentálních značek a prohlášení musí být omezeny jen na ty, které jsou nutné k vytvoření shody s použitelnými kritérii a normami pro značky a prohlášení. Všechny organizace, bez ohledu na jejich velikost, by měly mít stejnou možnost používat environmentální značky a prohlášení.
- 8) Součástí prací na vývoji environmentálních značek a prohlášení by měly být otevřené porady se zainteresovanými stranami s aktivním zapojením účastníků. V tomto procesu by mělo být vyvíjeno přiměřené úsilí k dosažení konsenzu.
- 9) Informace o environmentálních aspektech výrobků a služeb, které se týkají environmentálních značek a prohlášení, musí být dostupné odběratelům a případným odběratelům. Toto zajistí strana, která vytváří environmentální značku nebo prohlášení.

2.2 Počátky a rozšíření ecolabellingu

2.2.1 Ecolabelling ve světě

Myšlenka označit výrobek, který životní prostředí poškozuje méně než jiné alternativní výrobky se objevila v sedmdesátých letech. V té době se značně zvýšila informovanost společnosti o problematice životního prostředí a o důsledcích výrobních procesů pro přírodní ekosystémy. Ve vyspělých zemích byli spotřebitelé ochotni prokázat svou snahu pomoci životnímu prostředí preferováním těch výrobků, jež poškozují životní prostředí méně než jiné s nimi srovnatelné výrobky. Promítnutí těchto preferencí do tržní politiky mělo samozřejmě vliv na strategii podniků a vedlo k intenzivnímu rozvoji zeleného marketingu a k rozsáhlé propagaci výrobků, které bylo možné z nějakého důvodu prohlásit za šetrné vůči životnímu prostředí. Výrobci si tyto výrobky začali sami nápadně označovat.

Spotřebitel reagoval tím, že kromě pasivního nákupu označených výrobků, a to někdy i za vyšší ceny, začal tyto výrobky aktivně vyhledávat. V důsledku toho začal vzrůstat obrat firem, které byly schopné takové výrobky dodávat. Úměrně tomu se ovšem zvyšoval i počet výrobků, jež firmy vydávaly za výrobky šetřící životní prostředí, aniž by ve skutečnosti nějaké významné snížení negativního dopadu opravdu vykazovaly. Prokázané nesrovnalosti snižovaly důvěru spotřebitelů ve výrobce, jejich inzerci i jejich výrobky. Jak spotřebitelé, tak i poctiví výrobci se začali dožadovat zavedení pořádku a důvěryhodného systému na označování výrobků prokazatelně šetřících životní prostředí. (1)

2.2.2 Zavádění certifikačních systémů ecolabellingu

První centrálně řízený certifikační systém ecolabellingu, jehož důvěryhodnost byla garantována třetí, nezávislou stranou (v tomto případě Spolkovým úřadem pro ochranu životního prostředí), byl uveden do práce ve Spolkové republice Německo v roce 1978.



Logo programu bylo převzato od UNEP (program OSN pro životní prostředí). Je na něm ženská postava s roztaženými rukama.

Program se v Německu poměrně rychle rozšířil a o udělení jeho ochranné známky „Modrý Anděl“ se začaly ucházet i zahraniční firmy operující na německých trzích.

Úspěch tohoto systému vedl k založení dalších programů.



Kanada byla po Německu druhou zemí na světě, jež zavedla systém pro označování ekologicky šetrných výrobků. Stalo se tak v roce 1988, 10 let po

Modrém andělu. Program byl pojmenován ChoiceM Program (ECP) a spadal pod Ministerstvo životního prostředí. V roce 1995 přešel z rukou vlády do soukromého sektoru a dnes spadá pod organizaci TerraChoice Environmental Marketing, která pomáhá společnostem získávat tržní výhody pomocí prostředků, jež jsou přizpůsobeny jedinečným potřebám a poměrům každého klienta.

Následovaly další země jako Japonsko, USA, Nový Zéland (2). Výše zmíněné programy jsou programy *národní*, tzn. řízené příslušnou vládou a vytvořené pro trh v dané zemi.

Prvním *nadnárodním* programem byl skandinávský systém značení „Nordic Swan“ u nás známý jako „Bílá labuť“ . Do systému se zapojili v roce 1989 Finsko, Island, Norsko a Švédsko. V dubnu roku 1997 přistoupilo k systému i Dánsko.



Ochrannou známkou programu představuje kruh se stylizovanou kresbou labutě, která je symbolem Skandinávské rady. Nad horní polovinou kruhu je nápis: Skandinávská environmentální známka (Nordic Environmental Label) vždy v příslušném jazyce té země, jež známku udílí. Pod dolní polovinou kruhu (maximálně ve třech řádcích) je uveden důvod, pro nějž byla známka udělena. Text je určen již v dané směrnici. Ochranná známka se tiskne v barvě zelené a bílé nebo bíločerně.

2.2.3 Ecolabelling v Evropské unii

V Evropské unii existuje nadnárodní systém označování ekologicky šetrných výrobků od roku 1992. Jeho úkolem je určitým způsobem sblížit jednotlivé národní programy, případně zabránit vzniku nových programů, které pak v konečném důsledku mohou vést k neprůhlednosti celého systému. Správu nad evropským programem drží Výbor Evropské Unie pro ekoznačku.



Logem evropského ecolabellingového programu je květina. Její květ se skládá ze 12 hvězdiček, v jejíž středu je umístěno písmeno "e". Kromě samotné informace o tom, že označený produkt je šetrný vůči životnímu prostředí, nově obsahuje i základní důvody, proč byla známka udělena. Tyto důvody vychází z příslušné směrnice. Dnes je možné najít tento znak nejenom v zemích Evropské Unie, ale i například v Norsku, Lichtenštejnsku nebo na Islandu. I v případě ochranné známky Evropského ecolabellingového programu je pevně stanovená jeho forma, přičemž existují dvě možnosti její interpretace: buď je vytištěna dvoubarevně (tj. symbol květiny má zelenou barvu a modré hvězdičky) nebo černě na bílém podkladu.

Hlavním cílem Evropské unie v oblasti politiky životního prostředí je přispět k trvale udržitelnému rozvoji. Ecolabellingový program Evropské unie je proto nyní částí širšího přístupu k integrované výrobkové politice (Regulation (EC) No 1980/2000) Úkolem této politiky je snížit negativní dopady výrobků na životní prostředí v procesu celé jejich životnosti (10)

Jádrem ecolabellingového systému Evropské Unie je rostoucí počet zákazníků a investorů: jejich informace, nápady a myšlenky, ale i žádosti a snaha o šíření "zelené produkce" v celé Evropě. Společný pracovní plán sestavený Komisí a schválený členskými státy určuje základní cíle a plány pro společnou akci.

Díky novým aktivitám členských zemí a Komise v rámci integrované výrobkové politiky je věnováno více pozornosti takovým oblastem jako je ochrana spotřebitele, zdraví a životního prostředí a řízení zdrojů. Není divu, že právě na tyto oblasti se soustředí nový Akční program a také plány "květiny". Poslání je jasné: zavést program pro celou Evropu s mezinárodními evropskými závazky pro činnost, jež by poskytovala jednoduchý a efektivní nástroj pro výrobce, maloobchodníky a pro nás všechny jakožto zákazníky. (9)

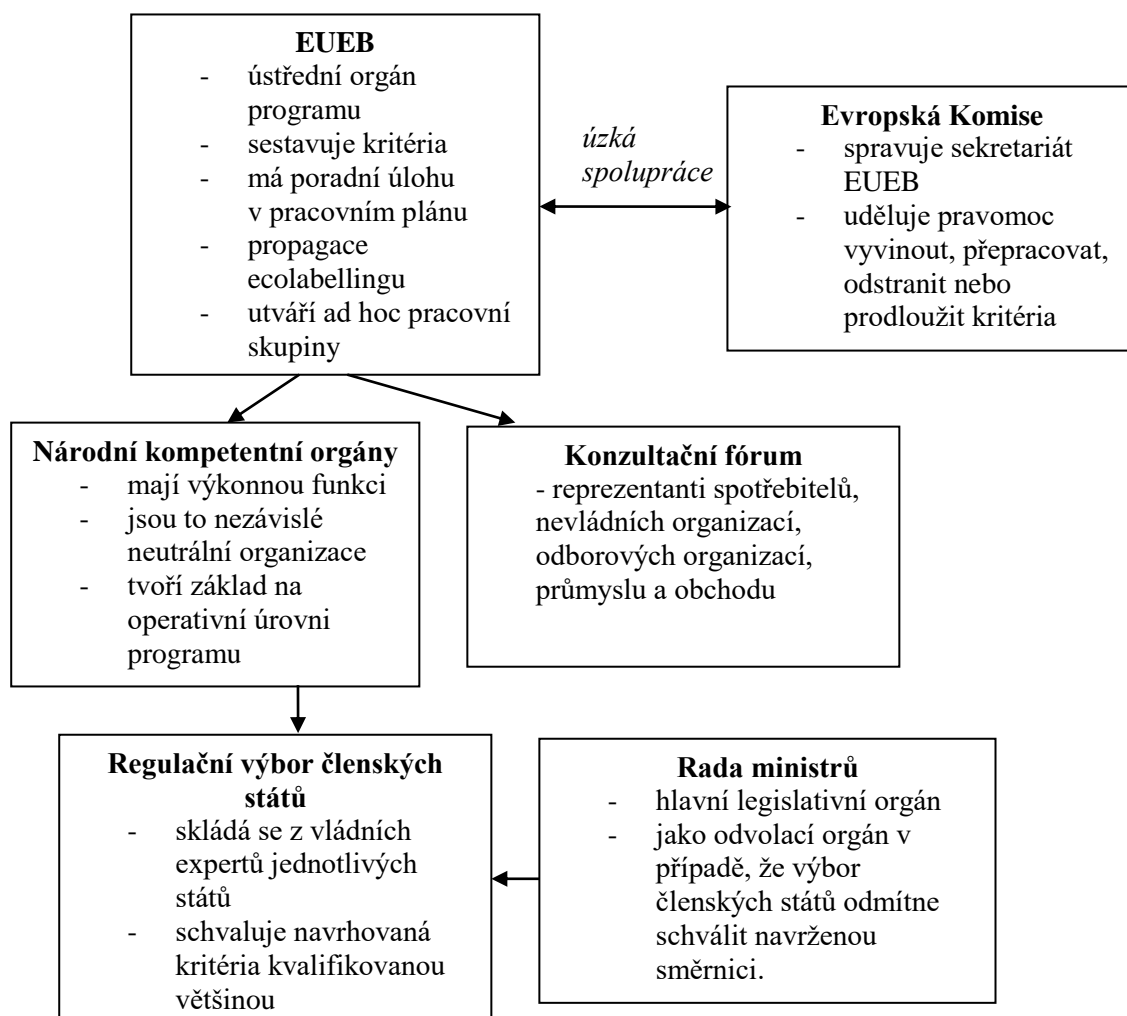
Administrativní struktura programu

Administrativní struktura evropského ecolabellingového programu je znázorněna na obrázku 2.

Do činnosti ecolabellingového programu EU zasahují:

- 1) Výbor Evropské Unie pro ekoznačku (tzv. European Union Ecolabelling Board - EUEB).
- 2) Evropská Komise.
- 3) Konzultační fórum.
- 4) Regulační výbor členských států.
- 5) Rada ministrů.
- 6) Kompetentní národní orgány.

Obrázek 2 - Administrativní struktura evropského ecolabellingového programu



Pramen: European Ecolabel

1) Výbor Evropské Unie pro ekoznačku (EUEB)

EUEB je novým ústředním orgánem ecolabellingového systému. Skládá se z Kompetentních orgánů a z členů Konzultačního fóra (reprezentanti spotřebitelů, nevládních organizací, odborových organizací, průmyslu a obchodu). V praxi ovšem dostanou šanci spolupracovat a vyjádřit se všichni existující partneři spolu s UEAPME (organizace, která zastupuje malé a střední podnikatele). Do budoucna se počítá s velmi úzkou spoluprací mezi EUEB a Komisí. EUEB bude důkladně přispívat k sestavování a hodnocení ecolabellingových kritérií. Komise má v systému jakýsi správcovský úkol při řízení sekretariátu EUEB.

Konkrétní souhrn úkolů EUEB v rámci evropského ecolabellingového programu je následující:

- sestavování kritérií pro jednotlivé výrobní skupiny a jejich harmonizace
- poradní role v pracovním plánu
- vytváření pracovních skupin
- přizpůsobení manuálů, směrnic a interních postupů programu
- propagace ecolabellingu

Předsednictví v EUEB je střídavé (v zásadě kopíruje pořadí předsedajících Evropské Unii). Dále zde jsou zastoupeni dva vicepředsedové (předcházející a budoucí předseda EUEB). Sekretariát EUEB, jak již bylo uvedeno výše, je pod patronátem Evropské Komise. Schůze EUEB organizuje předseda, vicepředsedové nebo sekretariát EUEB.

Schůze EUEB svolává předseda. Předsednictví se odvíjí od toho, jaký stát zrovna předsedá Evropské Unii. V prvním pololetí roku 2006 se předsednictví ujme Rakousko za pomoci Velké Británie a Finska. Druhé pololetí 2006 pak bude v režii Finska za pomoci Rakouska.

2) Evropská komise

Evropská Komise spravuje sekretariát EUEB, se kterým úzce spolupracuje při sestavování kritérií. Komise uděluje pravomoc vyvinout, přepracovat, odstranit nebo prodloužit kritéria pro jednotlivé výrobní skupiny. Komise tak na konci procesu sestavování kritérií označí daný úkol za splněný anebo naopak doporučí EUEB pokračovat v práci.

3) Konzultační fórum

Konzultační fórum je administrativní součástí EUEB. Skládá se z různých zájmových skupin. Jsou mezi nimi reprezentanti spotřebitelů, nevládních organizací, odborových organizací, průmyslu a obchodu.

4) Regulační výbor členských států

Regulační výbor členských států se skládá z vládních expertů jednotlivých členských zemí. Když EUEB v těsné spolupráci s Komisí navrhnou určitá kritéria, je nutno, aby tato byla dále schválena Regulačním výborem členských států, a to kvalifikovanou většinou.

5) Rada ministrů

Rada ministrů je hlavní legislativní orgán Evropských společenství. V případě ecolabellingu působí jako odvolací orgán v případě, že výbor členských států odmítne schválit navrženou směrnici. Proti jejímu rozhodnutí není pak již odvolání.

6) Kompetentní národní orgány

Každá z členských zemí Evropské Unie vytvořila kompetentní orgány, jejíž úkolem je přijímat žádosti o vydání ekoznačky pro výrobce, maloobchodníky, provozovatele služeb a dovozce. Mají tedy výkonnou funkci. Spolu se zájmovými skupinami v rámci Konzultačního fóra jsou kompetentní orgány členy EUEB. Jsou to nezávislé a neutrální organizace, jež mají na starosti realizaci evropského ecolabellingového programu na národní úrovni, včetně navrhování kritérií, vyhodnocování žádostí a udělování ekoznačky firmám, jež o to žádají. Kompetentní orgány hrají hlavní roli v operativní úrovni systému ecolabellingového programu Evropské Unie. Kompetentní orgán rozhoduje o udělení či neudělení ochranné známky. Úspěšný žadatel je pak povinen podepsat smlouvu o užívání ochranné známky "květina" na předem určenou dobu a zaplatit jednorázový poplatek za užívání, k čemuž se pak přidá určené procento z ročního obrátu prodeje výrobku označeného ochrannou známkou. Udělení ochranné známky pak v praxi znamená možnost využívat konkurenční výhody z toho plynoucí na trhu, kde se nachází více než 375 milionů spotřebitelů. (15)

Postup při podávání žádosti o udělení ochranné známky

Ten, kdo chce zažádat o ochrannou známku evropského ecolabellingového programu, se musí obrátit na kompetentní orgán členské země, ze které pochází, případně ve které obchoduje se svými výrobky. Je důležité mít na paměti, že žadatel vždy komunikuje s příslušnými kompetentními orgány, nikde ne přímo s Evropskou Komisí. V případě, že žadatel pochází ze země mimo Evropskou Unii, obrátí se na kompetentní orgán té členské země, ve které chce nabízet své produkty.

Žádost musí obsahovat všechny potřebné dokumenty. Kompetentní orgán žadatele potvrdí, že daný produkt splňuje všechny požadavky uvedené ve směrnici evropského ecolabellingového programu. V případě, že se potvrdil soulad výrobků s požadavky v příslušné směrnici, podepíše žadatel s kompetentním orgánem smlouvu o užívání ochranné

známky. Držitel známky je pak povinen s ní nakládat dle určených pravidel, kromě jiného odvádět poplatky spojené s užíváním ochranné známky. (11)

Náklady účasti na evropském ecolabellingovém programu

Náklady žadatele o ochrannou známku evropského ecolabellingového programu na registraci výrobku se pohybují v rozmezí od 300 do 1 300 EUR v závislosti od konkrétních nákladů na registraci daného produktu. Roční poplatky jsou stanoveny jako 0,15% z ročního obrátu výrobku na trhu EU. Program nabízí možnost využití různých slev (viz tabulka 1).

Tabulka 1 – Náklady na účast v evropském ecolabellingovém programu

	minimum	maximum	Slevy 1
Přihlašovací poplatek zahrnující náklady na registraci	300 EUR	1 300 EUR	slevu 25 % mohou uplatnit: - malé a střední podniky - žadatelé z rozvojových zemí
	minimum	maximum	Slevy 2
Roční poplatek za používání značky = 0,15% ročního obrátu daného výrobku na trhu EU	500 EUR na kategorii	25 000 EUR na kategorii	slevu 25 % mohou uplatnit: - malé a střední podniky - žadatelé z rozvojových zemí slevu 15 % mohou uplatnit: - podniky s certifikátem EMAS a/nebo ISO 14001 slevu 30% mohou uplatnit pro výrobky, označené ekoznačkou dle ISO 14024 existují i další slevy po konzultaci s kompetentním orgánem

Pramen: CENIA

Pokud se firma operující na českém trhu obrátí na Agenturu pro ekologicky šetrné výrobky (tj. kompetentní orgán pro Českou republiku) bude se řídit základním rámcem financování s následujícími specifikacemi:

- Přihlašovací poplatek stanoven na minimální výši 300 EUR
- První tři žadatelé z každé výrobkové kategorie platí roční poplatek: 500 EUR

Slevy je možné sčítat, mohou dosáhnout maximální výše 50 % a výsledná částka musí být v rozsahu minimálních a maximálních poplatků (12).

Ecolabel EU může získat jakýkoliv výrobce nebo poskytovatel služby, jehož výrobek (či službu) lze zařadit do některé z následujících kategorií:

- Pračky.
- Myčky nádobí.
- Chladničky a mrazničky.
- Prací prostředky.
- Mycí prostředky pro myčky.
- Mycí prostředky pro ruční mytí nádobí.
- Hygienický papír.
- Grafický papír (pro tisk, kopírování apod.).
- Textilní výrobky.
- Obuv.
- Ložní matrace.
- Prostředky pro zlepšení kvality půdy.
- Barvy a laky pro interiéry.
- Osobní počítače.
- Světelné zdroje.
- Přenosné počítače víceúčelové čisticí prostředky a čisticí prostředky pro hygienická zařízení.
- Vysavače.
- Maziva.
- Televizory.
- Tvrdé podlahové krytiny.
- Turistické ubytovací služby.
- Kempy.

Některé ze směrnic pro získání evropské ekoznačky jsou shodné s českými (např. textilní výrobky), jiné v našem Národním programu nejsou, ale přesto je možné ekoznačku EU získat.

Značka The Flower usnadňuje držitelům export na trh EU. Český spotřebitel se s touto značkou může setkat i na domácím trhu – např. na tzv. bílém elektru.

2.2.4 Global Ecolabelling Network



Většina států užívající ekoznačky je sdružena v nevládní neziskové organizaci Global Ecolabelling Network. Národní program České republiky je součástí GENU od roku 2000. Hlavním cílem této organizace je usnadnit programům vzájemnou komunikaci i další rozvoj. (2) V týdnu od 20. do 24. října 2004 proběhlo v Praze výroční zasedání organizace GEN. Na tomto v pořadí již desátém shromáždění se sešli zástupci téměř všech národních a nadnárodních programů ecolabellingu, aby prodiskutovali témata vztahující se nejen k udělování ekoznaček, ale také k „zelenému nakupování“, „ozeleňování“ státní a veřejné správy a k podpoře udržitelné spotřeby. Jednotliví členové prezentovali své úspěchy a neúspěchy. Shrnutí těchto prezentací ukázalo, že se všechny programy potýkají s výzvami a problémy podobného rázu, jako je touha více spolupracovat s ostatními programy, touha po větší vládní podpoře (finanční), po větším uznání na trhu, po větším zájmu o ekoznačku ze strany veřejnosti. Úspěchy, které byly zmiňovány, byly pro většinu programů také podobné. Mezi nejčastěji zmiňované úspěchy patřily: vývoj nových kritérií, vzrůstající zájem o ekoznačku mezi výrobci, nárůst počtu nově označených výrobků, počátek vzájemného uznávání hodnotících kritérií mezi některými programy, podíl na činnostech týkajících se „zeleného nakupování“ veřejné a státní správy.

Součástí zasedání bylo přijetí nového člena GEN – Filipínského ecolabellingového programu a volba nového předsedy GEN Johna Polaka. (6)

Obrázek 3 – Zapojení států světa do organizace GEN



Pramen: Global ecolabelling network

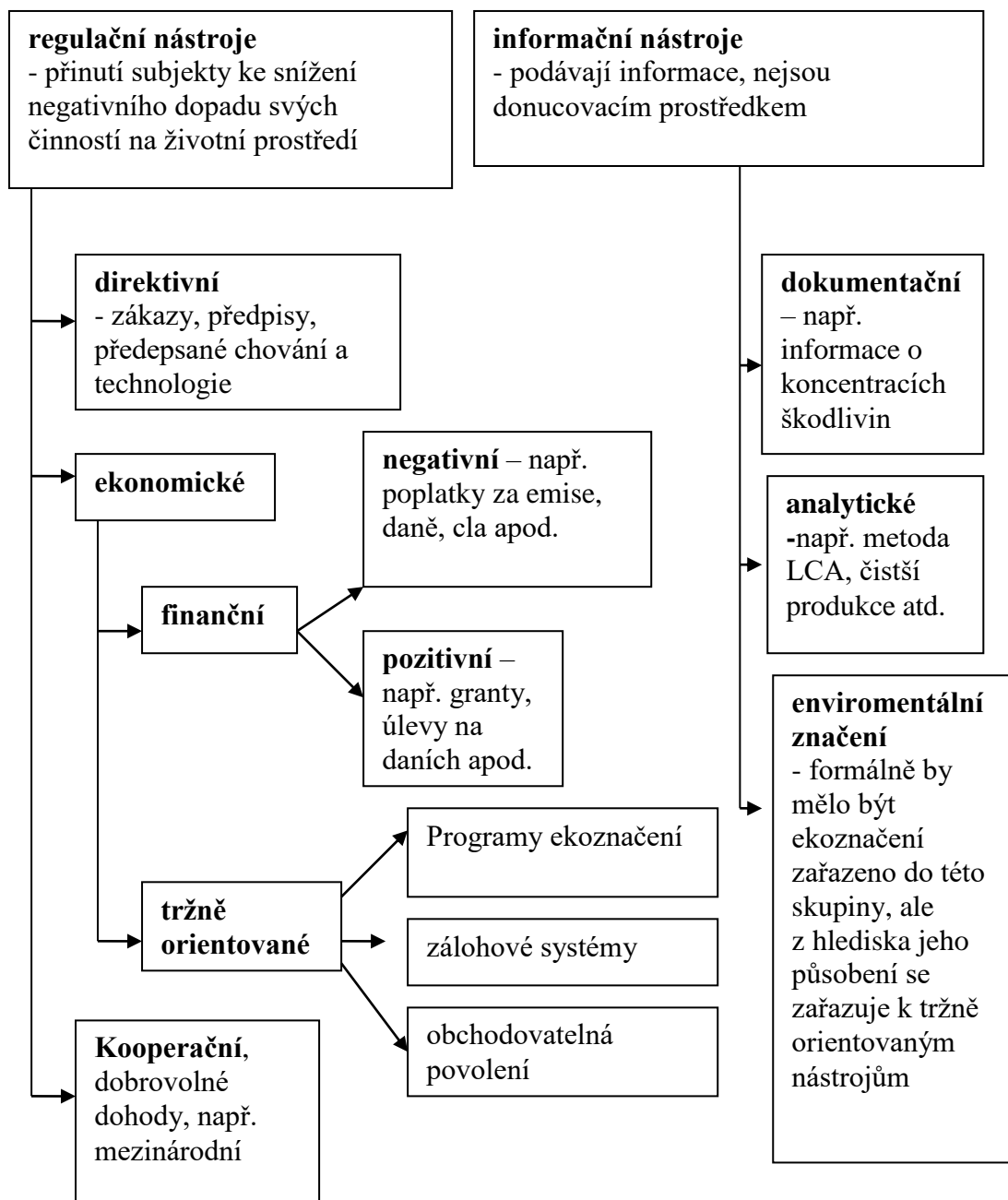
2.3 Ekoznačení v České republice

2.3.1 Ekoznačení jako součást politiky životního prostředí

Státní politika životního prostředí České republiky má na cestě k prosazování svých cílů k dispozici mnoho nástrojů (viz. obrázek 4), které mohou mít různý význam z hlediska preventivní strategie. Preventivní strategie je pro budoucnost jednoznačně perspektivnější než strategie reaktivní. Dokázal to kromě jiného rozsáhlý experiment provedený v USA mezi lety 1975 – 1985. Jeho výsledky názorně prokázaly, že aplikace reaktivní strategie, a to i její vyspělé formy, tzv. strategie kontroly a řízení, nemůže vést k ozdravení životního prostředí a k uskutečňování trvale udržitelného rozvoje. Proto nestačí jenom odstraňovat již vzniklé škody, ale především zabránit jejich samotnému vzniku. Většina forem preventivní strategie dosahuje požadovaných výsledků prověřováním výrobních procesů uvnitř daného podniku. Environmentální značení k tomu využívá i tržních mechanismů působících vně podniku. Strana poptávky je reprezentována spotřebiteli, kteří do svého nákupního rozhodování zahrnují kromě jiného i aspekt ochrany životního prostředí, jsou o tomto problému

informování a aktivně vyhledávají ekologicky šetrnější výrobky. Nabídku tvoří výrobci, případně dovozci, kteří jsou motivováni nejenom ekologií, ale i možností zlepšit image firmy, zvýšit její konkurenceschopnost a tím i zisky.

Obrázek 4 - Nástroje politiky životního prostředí používané v ČR



Pramen: Ministerstvo životního prostředí

2.3.2 Vznik Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků

V České republice byl systém ekoznačení zaveden z iniciativy ministra životního prostředí a ministra hospodářství. Souhlas vlády k jeho realizaci byl dán vládním usnesením č. 159 ze dne 7. dubna 1993. Na základě tohoto usnesení byl 14. dubna 1994 vyhlášen Národní program označování ekologicky šetrných výrobků.

2.3.3 Charakteristika programu

Národní program označování ekologicky šetrných výrobků¹ je dobrovolná aktivita kterou se Ministerstvo životního prostředí snaží pozitivně ovlivnit činnost průmyslových podniků, tedy hlavně výrobců. Český Národní program označování ekologicky šetrných výrobků byl od svého vzniku průběžně a systematicky harmonizován s obdobnými národními a nadnárodními programy ekologického značení a hlavně pak s nadnárodním programem Evropské unie. Tato harmonizace spočívala v praktickém přebírání jejich základních kritérií, cílů a zásad, uvedených v příslušném nařízení EU č. 880/1992 o ecolabellingu. Následovala novelizace a to dalším nařízením Evropského parlamentu a Rady Evropského společenství č. 1980/2000 ze dne 17. 7. 2000, o revizi systému udělování ekoznačky Společenství.

2.3.4 Ochranná známka programu



Ochrannou známku tvoří stylizované písmeno „e“ s nápisem „Ekologicky šetrný výrobek“ v horní části a identifikačními čísly v části spodní. První dvojčíslí uvádí číslo směrnice, druhé pořadové číslo výrobku v rámci příslušné výrobkové kategorie. Znamka smí být používána pouze v jednobarevném – zeleném nebo černém - provedení.

¹ Vzhledem k faktu, že ve většině odborné literatury je Národní program označování ekologicky šetrných výrobků uváděn pod zkráceným názvem ekoznačení „EŠV“ bude toto označení používáno dále v textu

2.3.5 Úkol systému ekoznačení v České republice

Česká informační agentura životního prostředí definuje čtyři hlavní úkoly systému ekoznačení:

- výběr skupin výrobků – „výrobních kategorií“ – u nichž lze snížit jejich negativní působení na životní prostředí,
- stanovit soubor požadavků – „kritérií“ – které musí výrobky dané skupiny splňovat,
- udělování ekoznačky výrobkům, které splňují daná kritéria formou licenční smlouvy,
- provádění kontrol shody vlastností výrobků se stanovenými požadavky a dodržování licenční smlouvy (13).

2.3.6 Zásady a přínosy Národního programu ekoznačení „EŠV“

2.3.6.1 Zásady programu

Český ekologický ústav uvádí následující zásady programu:

- orientace na výrobky spotřebního charakteru,
- pozitivnost a šetrnost výrobku vůči všem složkám životního prostředí,
- dobrovolnost,
- srozumitelnost,
- věrohodnost,
- aplikace metody LCA – hodnocení životního cyklu výrobku,
- vyloučení výrobků, pro které platí jiné specifické předpisy (léčiva, potraviny, nápoje...),
- časové omezení,
- finálnost výrobku,
- otevřenost,
- kontrola,
- mezinárodní harmonizace.

2.3.6.2 Přínosy programu

Přínosy programu pro spotřebitele:

- spotřebiteli se dostane státní garance toho, že u daného výrobku, na základě hodnocení jeho vlastností, byly minimalizovány nepříznivé vlivy na životní prostředí a přírodní zdroje
- zajištění bezpečné orientace spotřebitele v široké škále rovnocenných výrobků

Přínosy programu pro výrobce:

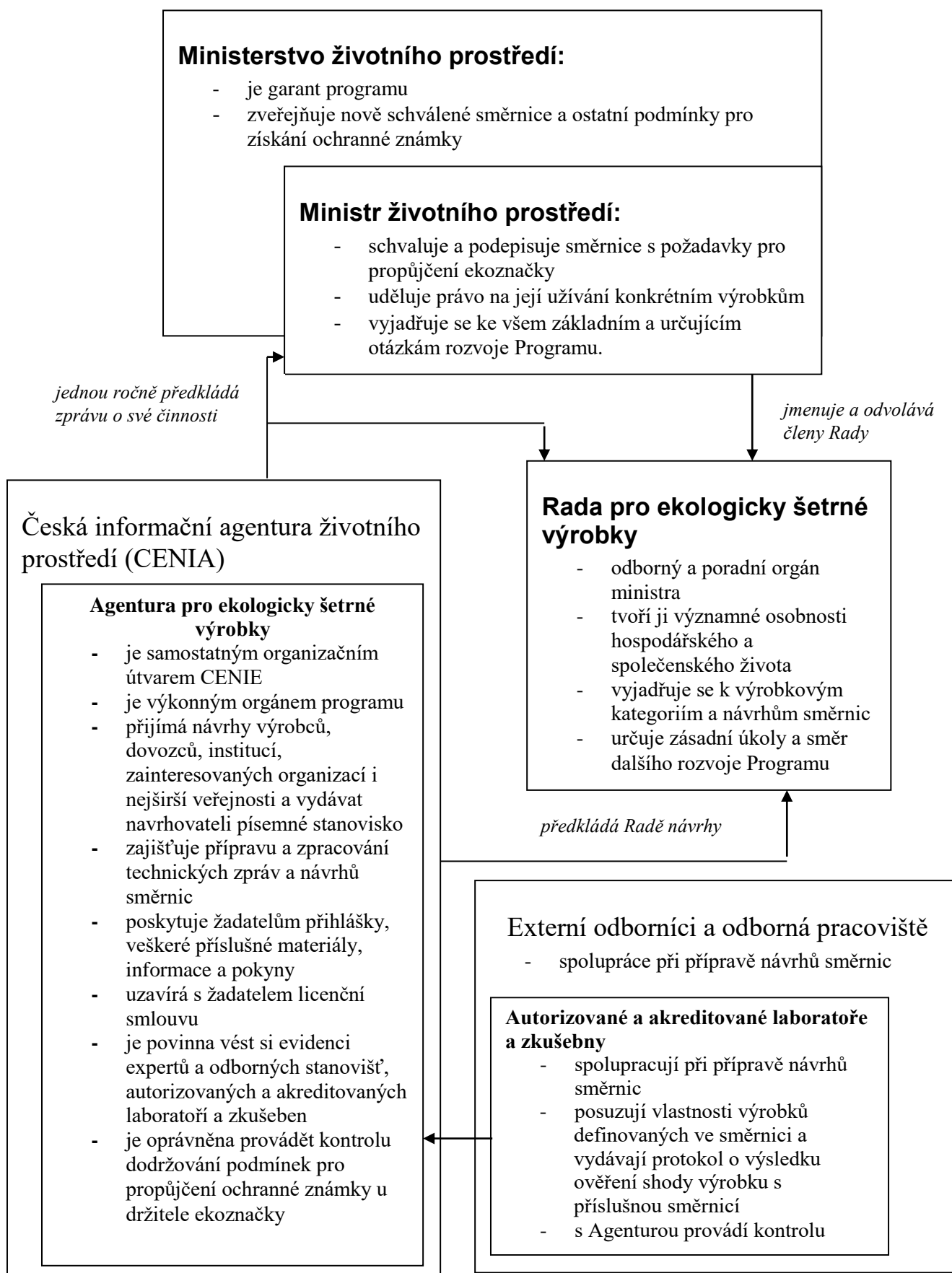
- zlepšení image výrobců
- náskok před konkurencí
- lepší podmínky při exportu
- možnost využití dlouhodobé a nízkourokové půjčky ze Státního fondu životního prostředí
- preference státních zakázek a výběrových řízení ve smyslu usnesení vlády na podporu prodeje a užívání ekologicky šetrných výrobků
- zvýšení odbytu označených výrobků

(14)

2.3.7 Organizace a řízení Programu

Základní schéma organizace a řízení Programu je znázorněno v obrázku 5.

Obrázek 5 - Administrativní struktura českého Národního programu označování výrobku ochrannou známkou "Ekologicky šetrný výrobek", (MŽP).



2.3.7.1 Ministr a Ministerstvo životního prostředí

Garantem Programu je Ministerstvo životního prostředí. Ministr životního prostředí schvaluje a podepisuje směrnice, uděluje právo na užívání ochranné známky konkrétnímu výrobku a vyjadřuje se ke všem základním otázkám rozvoje Programu.

2.3.7.2 Rada pro ekologicky šetrné výrobky

Rada je odborným a poradním orgánem ministra životního prostředí. Členy Rady jsou odborníci z oblasti ochrany životního prostředí, zástupci výrobců i spotřebitelů, představitelé vědecké a výzkumné sféry a státní správy. Členové Rady jsou jmenováni a odvoláváni ministrem životního prostředí. Členství v Radě je čestnou funkcí.

Úkolem Rady je posuzování návrhů na stanovení jednotlivých kategorií ekologicky šetrných výrobků, předkládání vlastních podnětů k případným revizím platných směrnic a podpora dalšího rozvoje Programu.

2.3.7.3 Agentura pro ekologicky šetrné výrobky

Agentura pro ekologicky šetrné výrobky je odpovědný a výkonný orgán Programu.

Úkolem Agentury je především:

- přijímat návrhy výrobců (dovozců, institucí, organizací, veřejnosti) na udělení značky „Ekologicky šetrný výrobek“ a „The Flower“ a překládat tyto návrhy Radě,
- připravovat a zpracovávat technické zprávy a návrhy směrnic,
- poskytovat žadatelům o ekoznačku přihlášku a příslušnou směrnici,
- registrovat a vyřizovat přihlášky,
- uzavírat s přihlašovatelem licenční smlouvy,
- vybírat registrační poplatky,
- vést evidenci expertů a odborných pracovišť,
- vést evidenci autorizovaných a akreditovaných laboratoří a zkušeben,
- poskytovat informace veřejnosti.

(1)

2.3.8 Financování

Při podávání přihlášky se platí jednorázový registrační poplatek, jímž se hradí náklady na činnosti Agentury spojené s posouzením přihlášky a poskytnutím práva k užívání ochranné známky. V současné době činí poplatek 20 000 Kč.

Náklady na zkoušky výrobků a vyhotovení potřebných dokumentů si žadatel hradí sám. Ve srovnání s ostatními zahraničními systémy ekoznačení má český program nejnižší poplatky, protože ve většině ostatních zemích se odvádí ještě roční poplatky, stanovené procenty z obrátu výrobku. (15)

2.3.9 Propagace

Ministerstvo životního prostředí ve spolupráci s Českou informační agenturou životního prostředí provádí následující formy propagace Národního programu označování výrobků ochrannou známkou „Ekologicky šetrný výrobek“:

- 1) Informace na internetu.** Na internetových stránkách České informační agentury životního prostředí jsou k dispozici základní informace o tomto programu, dále informace o aktualitách, o způsobu financování programu, k dispozici je seznam firem a výrobků oceněných známkou „Ekologicky šetrný výrobek“, informace o dosud schválených směrnících a také přehled nejznámějších systémů ekoznačení ve světě.
- 2) Výukový program „Co je doma to se počítá!“** Tento program je určen pro školy a zájmové kroužky, které pracují s dětmi a mládeží. Mladým lidem, jako budoucím potenciálním spotřebitelům, je zde vysvětlen význam ekoznačky „EŠV“.
- 3) Značení na obchodech.** Před několika lety zavedlo ministerstvo životního prostředí značení na obchodech, ve kterých byly k dostání výrobky s označením ekologicky šetrný výrobek. Jednalo se o vlaječky, na kterých bylo uvedeno, že v tomto obchodě se prodávají certifikované výrobky. Postupem času tyto vlaječky začaly mizet, dnes téměř nejsou vidět. Proto v roce 2004 vydalo Ministerstvo životního prostředí informační samolepky s logem ekoznačky, které mají spotřebitele informovat, že v daném obchodě jsou k dostání ekologicky šetrné výrobky. Tyto samolepky jsou zdarma k vyzvednutí v České informační agentuře životního prostředí.

- 4) **Noviny a časopisy.** Ve vybraných novinách a časopisech (jako např. MF Dnes, Večerník Praha) vycházejí odborné články a komentáře týkající se tohoto systému. Dále vycházejí různé odborné, ekologicky zaměřené časopisy, které informují o environmentálním značení, o nových postupech a inovacích Programu. Jedná se například o zpravodaj Environmentální značení, který vydává České ekologické manažerské centrum a vychází jednou za čtvrt roku. Nově probíhá také spolupráce s časopisem Vesmír.
- 5) **Rozhlas a televize.** Reklamní spoty a tematické diskusní pořady v rozhlasu (např. stanice Český Rozhlas 1 – Radiožurnál a Český Rozhlas 2 – Praha) a televizi (Česká Televize, TV Nova a TV Prima). V letech 1997, 1998, 1999 se vysílala na TV Prima (dříve TV Premiera) vždy před hlavní zpravodajskou relací v 19,00 hod reklama o Programu spolu s oceněnými výrobky. V pořadu Snídaně s Novou (na TV Nova) byly několikrát vysílány tematické vstupy o Programu a v České Televizi jsou připravovány pořady s ekologickou tematikou, kde mají systémy ekoznačení také své zastoupení.
- 6) **Výstavy a veletrhy.** Zástupci Ministerstva životního prostředí se pravidelně účastní reklamních akcí v rámci různých výstav a veletrhů, kde prezentují nejen Program sám o sobě, ale i jednotlivé oceněné výrobky.
- 7) **Průběžné vydávání reklamních a informačních materiálů.** Jedná se o různé letáky, brožurky, plakáty, ve kterých jsou zdůrazněny hlavní zásady Programu a přínosy pro spotřebitele i pro firmy. Jsou vydávány v českém a anglickém jazyce.
- 8) **Spolupráce s Českou spořitelnou a Komerční bankou.** K lepší propagaci a široké informovanosti existence Programu významně přispěla i spolupráce Ministerstva životního prostředí s Českou spořitelnou, která nechala na zadní stranu všech svých poštovních obálek natisknout značku „Ekologicky šetrný výrobek“. K této iniciativě se v roce 2003 připojila i Komerční banka, která rovněž na své poštovní obálky tiskne toto logo.
- 9) **Účast v mezinárodní organizaci Global Ecolabelling Network (GEN).** Pro podporu českého programu ekoznačení a tedy i pro podporu těch výrobců, kteří na své nové výrobky získaly ochrannou známku „Ekologicky šetrný výrobek“, je důležitá i účast Ministerstva životního prostředí v mezinárodní organizaci GEN. Účast v této organizaci, která trvá od roku 1999, znamená zvláště při exportu českých výrobků označených ekoznačkou značné výhody.

10) Podpora státních institucí. Po vzoru vyspělých států se i v České republice postupně ukazuje fakt, že je to právě stát, který by měl jít příkladem ekologicky orientované spotřeby.

Výdaje na propagaci ekologicky šetrných výrobků za rok 2005

Tyto výdaje zahrnují položky, které byly objednány u externích agentur, tiskařů, a jiných subjektů. Nezahrnují formy propagace, které byly připraveny interními pracovníky Agentury pro ekologicky šetrné výrobky a Ministerstva životního prostředí ČR (např. školení a semináře pro lektory výukového programu, správa www stránek, články v odborných publikacích, propagační materiály pro účastníky různých konferencí, apod.)

Obálky s logem „EŠV“	3 500,- Kč
Inzerát v Biokuchařce	21 500,- Kč
Náklady na spolupráci s programem Česká kvalita	69 900,- Kč
Panely s informacemi o ekoznačce „EŠV“	10 472,- Kč
Výroba pomůcek k výukovému programu „ Co je doma to se počítá!“	290 000,- Kč
Brožury	62 475,- Kč

2.3.10 Podpora ekoznačení „EŠV“ ze strany vlády

V červnu 2000 předložilo Ministerstvo životního prostředí, spolu s Ministrem průmyslu a obchodu a Ministerstvem pro místní rozvoj, vládě České republiky návrh na usnesení vlády ČR. Předložený návrh se týkal dalšího rozšíření působnosti pro Národní program označování ekologicky šetrných výrobků, a to formou podpory prodeje a užívání ekologicky šetrných výrobků na všech stupních státní správy. Jedná se o program, který je v současné době ve vyspělých státech světa, zejména Evropy, maximálně podporovaný. Zároveň to byla přímá reakce vedení Ministerstva životního prostředí na výzvu hlavně malých a středních českých výrobců, ale i všech dosavadních nositelů ochranné známky „Ekologicky šetrný výrobek“. Výše uvedený záměr byl vládou podpořen a bylo vyhlášeno Usnesení č. 720/2000. Toto usnesení vlády je uvedeno v příloze 1 spolu s příkazem ministerstva životního prostředí č. 13/1998 a č. 1/2005.

V tomto usnesení vlády ČR se doporučuje všem členům vlády a vedoucím ostatních ústředních orgánů státní správy, aby v jimi řízených organizacích:

- při zadávání veřejných zakázek podle zákona č. 199/1994 Sb, o zadávání veřejných zakázek (ve znění pozdějších předpisů), jejichž předmětem může být dodávka, instalace a použití výrobku, jedním z kritérií pro hodnocení nabídek veřejných zakázek byla ekologická šetrnost výrobku (resp. označení ochrannou známkou „Ekologicky šetrný výrobek“),
- upřednostnili přímý nákup takto označeného zboží a výrobků (např. pro opravy exteriérů a interiérů budov a jejich vybavení – nábytek, kopírky, osvětlení, kancelářské papíry, hygienické potřeby atd.).

Pro usnadnění a zlepšení informovanosti o výsledcích realizace usnesení vlády ukládá vláda ministroví životního prostředí průběžně sledovat a každoročně k 31. březnu, počínaje rokem 2001, předkládat vládě *vyhodnocení* tohoto usnesení.

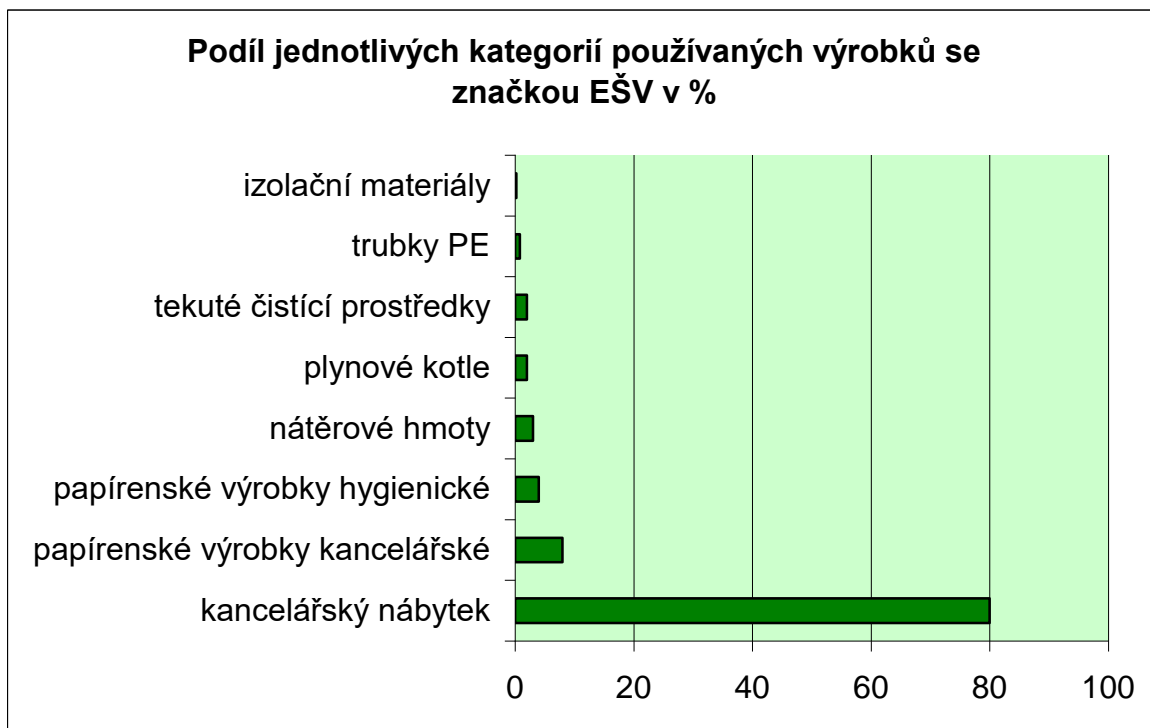
Ve *výročních zprávách* jednotlivých resortů, České národní banky a Kanceláře veřejného ochránce práv, zpracovaných podle uvedeného usnesení vlády a výsledně zpracovaných a předkládaných členům vlády Ministerstvem životního prostředí, se konstatuje, že uvedené usnesení č. 720/2000 je všude naplňováno.

Poslední vyhodnocení bylo vydáno za rok 2004. V obdržených zprávách z jednotlivých resortů je ve velké většině vyjádřen souhlas a podpora dalšímu úspěšnému rozvoji Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků a tím i plnění usnesení vlády č. 720/2000. Je potěšitelné, že právě sféra nejvyšších státních úřadů, ukazuje na vlastním konkrétním příkladu, že tato cesta a tento postup je správný a nutný. MŽP tak chce podle příkladu vyspělých států ukázat, že je to právě stát, který musí jít příkladem poukázat tak na tzv. „ozeleňování státní správy“.

Je nutné upozornit na skutečnost, že mezi MŽP a MPO od roku 2000 dochází k užší spolupráci a to řešením třech úkolů – ze strany MŽP Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků a ze strany MPO Národní politiky podpory jakosti a Programu Česká kvalita. Tím dochází k systematickému zdůrazňování nutnosti propojování principů jakosti výroby s dobrovolnými environmentálními programy ekologizace průmyslu.

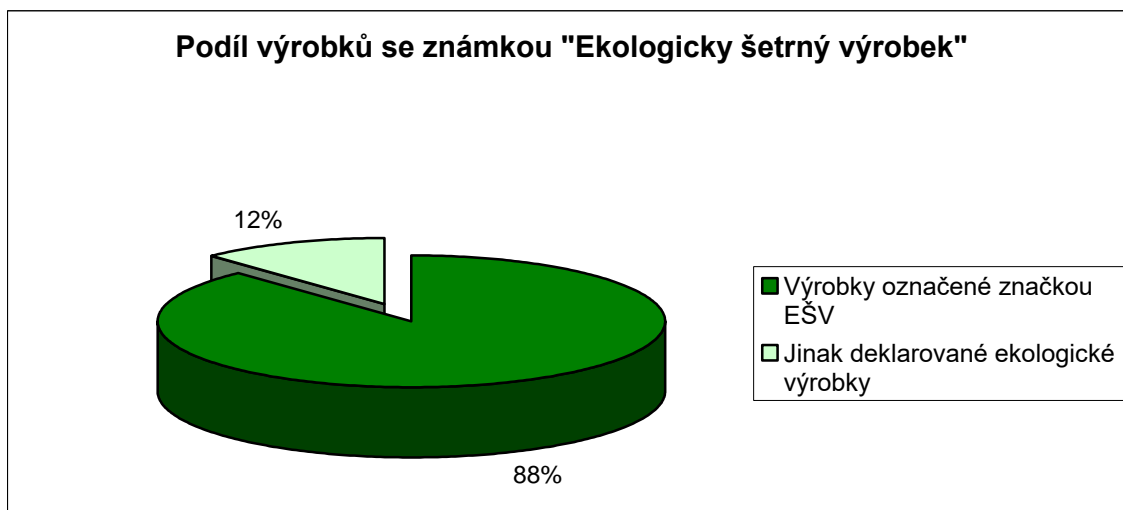
Pro představu o konkrétním používání ekologicky šetrných výrobků jsou uvedeny následující grafy.

Graf 1 - Podíl jednotlivých kategorií používaných výrobků se značkou Ekologicky šetrný výrobek (státní správa)



Pramen: MŽP

Graf 2 - Podíl výrobků se značkou "Ekologicky šetrný výrobek" na celkovém množství použitých – jinak deklarovaných ekologických výrobků (státní správa)



Pramen: MŽP

3. Metodický postup

3.1 Cíl

Cílem diplomové práce je posouzení vlivu účasti v Národním programu označování výrobků ochrannou známkou „Ekologicky šetrný výrobek“ na činnost konkrétních výrobců.

Předmětem práce jsou průzkumy v oblasti ekoznačení „EŠV“ realizované u výrobních subjektů. Rámcově budou výstupy srovnány se stavem z roku 2001, kdy proběhlo obdobné šetření.

V závěru budou uvedeny hlavní přednosti a slabiny tohoto programu a posouzení do jaké míry jsou nositelé ekoznačení „Ekologicky šetrný výrobek“ zvýhodněni před konkurencí.

3.2 Metodika

Postup práce

Literární přehled se zabývá základními teoretickými východisky problematiky ekoznačení. Vysvětluje se zde princip působení systémů ekoznačení a podrobně popisuje český systém ekoznačení Národní program označování ekologicky šetrných výrobků. Pro srovnání jsou popsány i některé významné světové systémy ekoznačení, konkrétně německý, kanadský, skandinávský a systém udělování ekoznačky Evropské unie.

Praktická část se snaží ukázat, jaký pohled mají na program ekoznačení samotní výrobci registrovaní v tomto programu.

Použité metody

Ke stěžejním metodám nutným ke vzniku této práce patřila práce s literaturou v tištěné i elektronické podobě. Podstatné bylo zjištění výrazného nedostatku odborných publikací. Cenné informace přinesly konzultace s pracovníky Agentury pro ekologicky šetrné výrobky Petrem Saifřidem a Mgr. Adélou Princovou a účast na semináři s názvem *Ekologicky šetrné úřadování – ekoznačka a ekologicky šetrné výrobky*. Sběr primárních dat byl zajištěn dotazníkem rozeslaným výrobcům registrovaným v programu ekoznačení „EŠV“.

Použity byly *metody srovnávací*, které nám poskytují informace o stavu dvou či více jevů nebo úkazů. *Analogie* se opírá o předchozí metodu srovnávání. Představuje postup, při němž na základě shody některých znaků usuzujeme na možnou shodu či podobnost ostatních jevů. Analogie ovšem není z metodologického hlediska dominantní, neboť musíme přihlížet k diferencovaně se rozvíjejícím a vznikajícím faktorům. Samozřejmostí bylo použití *analyticko – syntetických metod*. *Analýza a syntéza* tvoří nedílnou jednotu, navzájem se

doplňují a prolínají. *Analýza* představuje myšlenkové rozložení jevů na jednotlivé části, které lépe umožní poznat situaci jako celek a jsou předmětem dalšího postupu. Cílem analýzy je určit zákonitosti mezi jednotlivými situacemi a odhalit zákonitosti fungování systému. *Syntéza* je naopak sjednocování částí do celku, vzájemné posouzení souvislostí mezi jednotlivými složkami jevu, a tím jeho pochopení jako celku. *Analýza* a *syntéza* jsou základem aplikační části práce, a to především její první, definující části. Užita byla také *indukce* a *dedukce*. *Indukce* znamená vyvozování závěru na základě mnoha poznatků o jednotlivostech. Induktivní úsudky umožnily dojít k podstatě jevů. Východiskem dedukce je dostatečně reprezentativní zpracování údajů, které umožňují formulaci obecnějších závěrů pro danou oblast. Ze své podstaty jsou tyto metody použity v druhé části aplikační části diplomové práce, kde jsou, vzhledem k analytickým závěrům první části, formulovány konkrétní návrhy.

Výstupy diplomové práce budou předány zainteresovaným institucím (CENIA).

4. Ekoznačení z pohledu výrobních subjektů

4.1 Výrobní kategorie

Výrobní kategorie je vybraný a vymezený druh výrobků, pro něž se stanoví požadavky, které musí výrobek tohoto druhu splňovat, aby mu mohla být propůjčena ochranná známka. Tyto požadavky obsahuje *směrnice* k dané výrobní kategorii.

V současnosti lze ekoznačku „EŠV“ udělit tomu výrobku, který vyhovuje zásadám Programu a který lze zařadit do některé z výrobních kategorií uvedených níže v přehledu. Výrobní kategorie jsou určovány tak, aby zahrnovaly tzv. spotřební zboží, u kterého mohou být významné rozdíly z hlediska vlivu na životní prostředí.

Nové kategorie jsou stanovovány podle zájmu výrobce získat ekoznačku „EŠV“ pro výrobek, pro který směrnice dosud neexistuje a podle situace u zahraničních programů. Ty slouží jako inspirace pro vytvoření nových kategorií, nebo (např. v případě programu ecolabellingu EU) jsou přejímány doslovně (překladem).

Podkladem pro vytvoření nové směrnice je *technická zpráva*, která doloží potřebnost takové směrnice vzhledem k situaci na trhu a k vlivu výrobku na životní prostředí.

V každé směrnici je přesně vymezena výrobní kategorie, definovány hlavní pojmy, stanoveny základní a specifické požadavky na výrobky, určeny způsoby ověřování požadavků, organizační záležitosti a doba platnosti směrnice.

Základní požadavky jsou ty, které se vztahují jak k ekologickým, tak i užitným a technickým vlastnostem výrobku a rovněž zajišťují výrobu v souladu se všemi odpovídajícími zákony a předpisy. Jejich splněním je zaručeno, že výrobek je funkčně shodný s výrobky konkurenčními.

Specifické požadavky jsou požadavky na tzv. ekologické vlastnosti výrobku. Jejich splněním se výrobek označený ekoznačkou „EŠV“ odlišuje od ostatních. (2)

Přehled schválených výrobních kategorií

- 1) Tepelně izolační materiály ze sběrového papíru.
- 2) Oleje pro mazání řezných částí motorových pil.
- 3) Prací prostředky pro textilie.
- 4) Nátěrové hmoty ředitelné vodou.
- 5) Teplovodní kotle na plynná paliva vybavené atmosférickým hořákem.

- 6) Teplovodní kotle na plynná paliva vybavené hořákem s nuceným přívodem spalovacího vzduchu.
- 7) Tekuté čisticí přípravky.
- 8) Lepidla a tmely ředitelné vodou.
- 9) Hygienický papír ze sběrového papíru.
- 10) Grafický papír ze sběrového papíru.
- 11) Teplovodní kotle průtočné na plynná paliva do výkonu 50 kW.
- 12) Aglomerované materiály na bázi dřeva a výrobky z nich.
- 13) Teplovodní kotle pro ústřední vytápění na spalování biomasy.
- 14) Brikety z dřevního odpadu.
- 15) Hydraulické kapaliny.
- 16) Světlé a tmavé infrazářiče na plynná paliva.
- 17) Tenzidové mycí kosmetické prostředky.
- 18) Textilní výrobky.
- 19) Automatické pračky pro domácnost.
- 20) Mazací, teplonosné a elektroizolační kapaliny pro oběhové systémy.
- 21) Papírové odnosné tašky a nákupní pytle.
- 22) Výrobky nasávané z papíroviny.
- 23) Prostředky dočasné protikorozní ochrany k přímému nanášení.
- 24) Zrcadla pro interiéry.
- 25) Světelné zdroje.
- 26) Hořáky na kapalná paliva do výkonu 120 kW.
- 27) Teplovodní kotle na kapalná paliva do výkonu 70 kW.
- 28) Trubky, tvarovky a potrubní systémy z polyolefinů.
- 29) Lepenka a karton ze sběrového papíru a výrobky z nich.
- 30) Zdrsňující posypové materiály z lehkého kameniva pro zimní údržbu pozemních komunikací.
- 31) Adsorbenty.
- 32) Vysavače pro domácnost.
- 33) Myčky nádobí pro domácnost.
- 34) Chladničky, mrazničky a jejich kombinace.
- 35) Osobní počítače.
- 36) Přenosné počítače.
- 37) Tiskárny

- 38) Kopírky.
- 39) Multifunkční kancelářské přístroje.
- 40) Kovový nábytek.
- 41) Služby v kempech.
- 42) Turistické ubytovací služby.

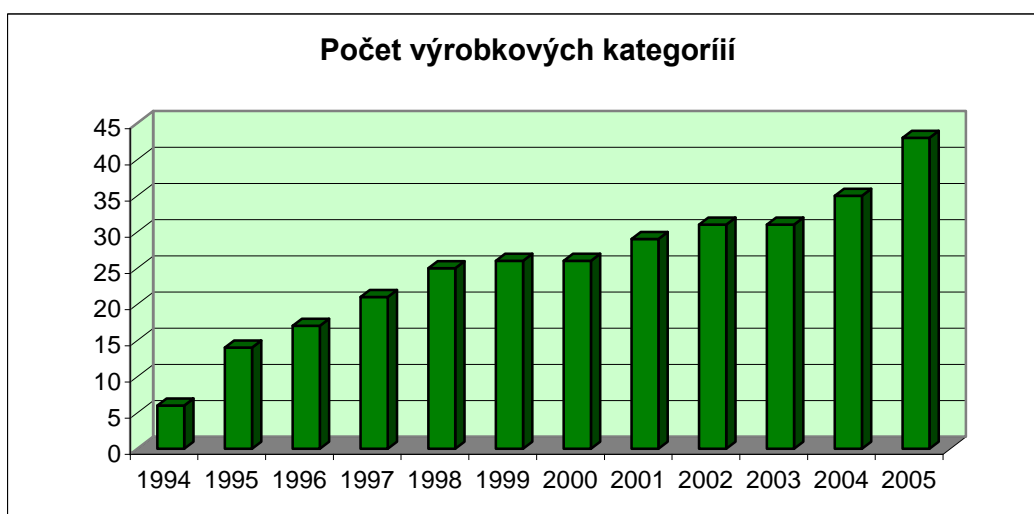
Některé výrobní kategorie neobsahují dosud žádný výrobek. Pro přehlednost jsou uvedeny všechny.

Tabulka 2 - Počet oceněných výrobků v jednotlivých kategoriích výrobků

Oceněné výrobky dle výrobních kategorií (leden 2006)			
Kategorie	Počet výrobků	Kategorie	Počet výrobků
01	2	22	2
02	1	23	0
03	2	24	1
04	51	25	1
05	16	26	0
06	5	27	0
07	12	28	0
08	3	29	8
09	5	30	2
10	7	31	2
11	24	32	0
12	27	33	0
13	8	34	0
14	0	35	0
15	2	36	0
16	1	37	0
17	4	38	0
18	1	39	0
19	0	40	0
20	0	41	0
21	1	42	0

Pramen: CENIA

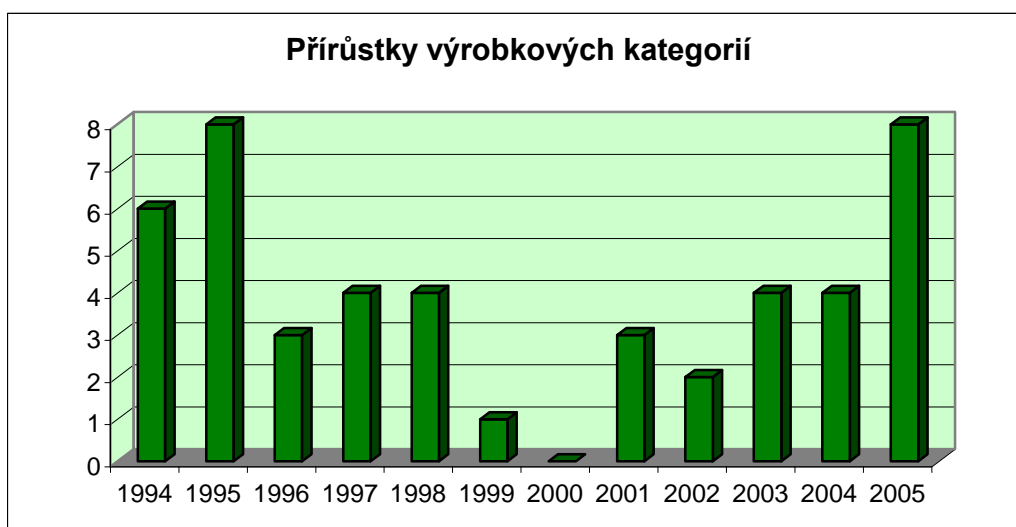
Graf 3 - Počet výrobkových kategorií 1994 – 2005



Pramen: MŽP

Pozn.: Včetně výrobkových kategorií, pro které jsou vypracované směrnice, ale není v nich dosud oceněný žádný výrobek.

Graf 4 - Přírůstky nových výrobkových kategorií v letech 1994 – 2005

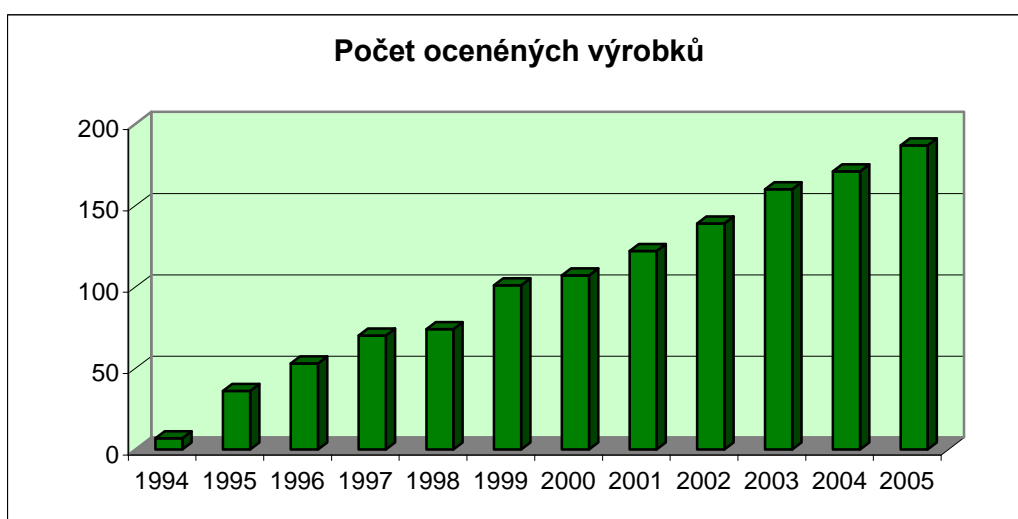


Pramen: MŽP

V současné době jsou ve 25 kategoriích uděleny ochranné známky „Ekologicky šetrný výrobek“, v 17 kategoriích není v době výzkumu certifikován žádný výrobek (jedná se o výrobkové kategorie č. 14, 19, 20, 23, 26, 27, 28, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 a 42). Největší počet certifikovaných výrobků je v kategorii „Nátěrové hmoty ředitelné vodou“ (Směrnice MŽP č. 04-2001), kde je ke konci roku 2005 udělena ochranná známka 51 výrobkům. Jedná se především o různé barvy a další nátěrové hmoty, například univerzální disperzní barva BALAKRYL V 2045 firmy BARVY TEBAS s.r.o., vrchní

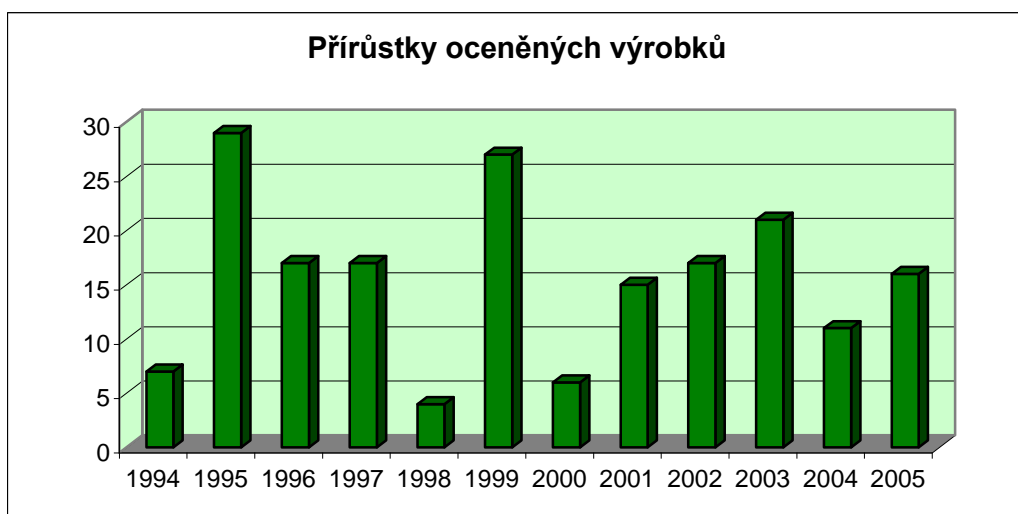
akrylátová barva pro vnitřní i venkovní použití ACRYL-SEIDEN-MATTLACK firmy Meffert ČR spol. s r.o. nebo organosilikátová barva pro venkovní i vnitřní nátěry SILTE D firmy Teluria, spol. s r.o. Druhý největší počet oceněných výrobků můžeme nalézt v kategorii „Agglomerované výrobky na bázi dřeva a výrobky z nich“ (Směrnice MŽP č. 12-2004), kde je certifikováno 27 výrobků. Největší zastoupení v této kategorii má kancelářský nábytek. V menší míře je zde nábytek laboratorní a zdravotní. Příkladem může být nábytek řady HOBIS firmy HON – NÁBYTEK s.r.o., nebo kancelářský nábytek systému ARKUS a CITIS firmy TECHO a.s. Seznam všech oceněných výrobků včetně výrobců je uveden v Příloze 2.

Graf 5 - Počet oceněných výrobků 1994 – 2005



Pramen: MŽP

Graf 6 - Přírůstky oceněných výrobků v jednotlivých letech 1994 – 2005



Pramen: MŽP

4.2 Účast v programu

4.2.1 Přihlášení

Pokud pro výrobek, který chce žadatel označit ekoznačkou „EŠV“, existuje příslušná směrnice, pak žadatel požádá Agenturu o přihlášku na uzavření licenční smlouvy, kterou obdrží spolu s příslušnou směrnicí a dalšími pokyny. Přihláška obsahuje identifikační údaje výrobce nebo i přihlašovatele, (pokud to není jedna a tatáž osoba), dále údaje o výrobku jako je jeho název a specifikace, jeho číslo dle celního sazebníku a jeho roční objem vývozu resp. dovozu. Navíc jsou k přihlášce přikládány povinné přílohy a to:

- Písemné prohlášení o shodě výrobku s požadavky technických předpisů podle zákona č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů .
- Protokol(y) o splnění specifických požadavků Směrnice MŽP.
- Vyjádření České inspekce životního prostředí (oblastního inspektorátu) k technologii výroby předmětného výrobku. Plnění předpisů týkajících se životního prostředí, zejména v oblasti ochrany vod a ovzduší, a odpadového hospodářství.
- Čestné prohlášení zahraničního výrobce o tom, že technologie výroby předmětného výrobku neporušuje předpisy na ochranu životního prostředí platné v místě výroby.
- Posudky příslušných kontrolních (dozorčích) orgánů státní správy, pokud jsou pro kontrolu splnění požadavků uvedených ve Směrnici žádoucí.
- Doklad o zaplacení registračního poplatku ve výši 20 000,- Kč na účet KB Praha 4, č.ú. 199203510247/0100, var.symbol 80002.

Vyplněnou přihlášku s doklady o splnění požadavků, které určuje směrnice, předá přihlašovatel opět Agentuře, ta zahájí výběrové řízení. Výběrové řízení trvá maximálně měsíc a Agentura na jeho konci zpracuje *souhrnnou zprávu* o výrobku, kterou předloží ministři životního prostředí. Na základě kladného rozhodnutí ministra uzavře Agentura s žadatelem *licenční smlouvu* o poskytnutí práva k užívání ochranné známky „Ekologicky šetrný výrobek“. V licenční smlouvě jsou podmínky pro používání ochranné známky.

V případě negativního stanoviska Agentura písemně oznámí žadateli důvod zamítnutí přihlášky. Žadatel se může o ochrannou známku ucházet opakovaně, nejdříve však po uplynutí 6 měsíců.

Pokud výrobek který chce žadatel označit ekoznačkou „EŠV“ nespadá do žádné stávající výrobní kategorie, je nutno tuto kategorii nejdříve vytvořit způsobem popsaným v kapitole 4.1. Příhláška je uvedena v příloze 3.

4.2.2 Povinnosti držitele

Agentura pro ekologicky šetrné výrobky definuje pro držitele ochranné známky následující povinnosti:

- ochranná známka smí být používána pouze na základě licenční smlouvy uzavřené s Agenturou
- ochranná známka smí být používána pouze v jednobarevném – černém nebo zeleném - provedení a vždy s identifikačním číslem
- ochranná známka smí být používána jen u výrobků, které jsou předmětem licenční smlouvy
- k reklamě smí být použita jen tehdy, týká-li se reklama výrobku uvedeného v licenční smlouvě, nesmí být použita v rámci všeobecné reklamy firmy
- ochranná známka nesmí být přenechána třetí osobě
- pokud je to technicky možné, měla by být ochranná známka umístěna na výrobku, pokud to možné není, může být po projednání s Agenturou použita jiným způsobem
- o významu známky je uživatel povinen poskytovat pravdivé informace.

4.2.3 Spolupráce s agenturou

Agentura, po vlastním aktu udělení ekoznačky „EŠV“ a oboustranném podepsání licenční smlouvy s podmínkami používání ekoznačky, informuje průběžně firmy o svých aktivitách. Jedná se například o připravované propagační akce, aktuality v programu ekoznačení „EŠV“ a v případě těch skupin výrobků (výrobních kategorií), jejichž kritéria jsou shodná s programem ekoznačení „EU“ i o aktualitách z prostředí evropské ekoznačky „The Flower“.

Agentura kontaktuje výrobce i z důvodu zjišťování míst prodeje jejich označených výrobků. Samozřejmostí je nejen existence telefonických rozhovorů, ale i existence kontrolních návštěv u držitelů, kdy Agentura ověřuje plnění podmínek užívání ekoznačky.

Držitelé ekoznačky jsou dále zváni na akce, při kterých jsou předávány nové ekoznačky novým držitelům (realizováno s ohledem na sídlo jednotlivých firem).

Dle vedoucího Agentury pro ekologicky šetrné výrobky však celkově spolupráce mezi agenturou a výrobními subjekty registrovanými v programu ekoznačení není příliš velká. Důvodem je pracovní vytížení obou stran. Aktivity vůči držitelům ekoznačky vyvíjí i MŽP. Pořádá například akce typu „Výstava k 10 letům udělování ekoznačky v ČR“. Tato se konala v Národním technickém muzeu a dle pořadatelů byla velmi vydařená.

4.3 Dotazníkové šetření

Pro dosažení cíle diplomové práce bylo uskutečněno dotazníkové šetření mezi výrobci. Osloveni byli všichni výrobci, kteří vlastní ochranou známku „Ekologicky šetrný výrobek“. Otázky použité v dotazníku byly voleny tak, aby se z odpovědí dalo zjistit, jak funguje program ekoznačení „EŠV“ v praxi, jaký vidí výrobci přínos v Programu, co si myslí o činnosti zainteresovaných institucí a v neposlední řadě jak hodnotí možnost získat pro své výrobky ekoznačku EU „The Flower“ („květinové logo“).

4.3.1 Sestavení dotazníku

V úvodu každého dotazníku je poskytnuto vysvětlení při jaké příležitosti je dotazník rozeslán a jaký je jeho hlavní účel. Dotazník sestává ze 17 otázek. Jsou zde obsaženy jak otázky odpovídací (je na ně třeba slovní odpověď), tak zaškrťovací (respondent hodnotí dané kritérium zaškrtnutím předepsané varianty nebo vepsáním hodnotového ukazatele). Většinou je použito hodnocení dle klasické školní stupnice; 1 – nejlepší, 5 – nejhorší hodnocení.

Plné znění dotazníku je možno nalézt v příloze č. 4.

4.3.2 Rozesílání dotazníku

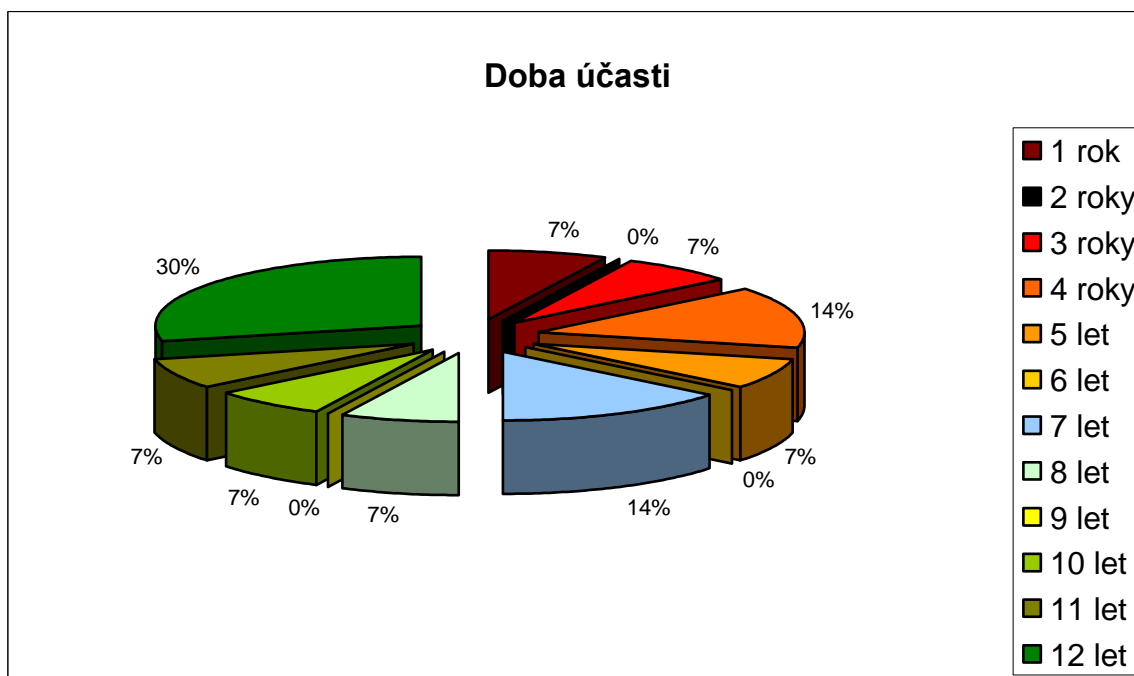
Osloveno bylo všech 80 držitelů ochranné značky „EŠV“. Dotazníky byly rozeslány elektronickou poštou na adresy uvedené v databázi firem na webových stránkách CENIE. Vyplněné dotazníky zpět zaslalo pouze 9 firem. Tato návratnost byla posouzena jako podprůměrná (s ohledem na obdobná šetření) a proto bylo rozhodnuto rozeslat dotazníky ještě klasicky poštou. Vytipováno bylo 24 firem. Návratnost této akce byla 6 vyplněných dotazníků. První kolo rozesílání proběhlo v polovině ledna 2006 a dopisová akce o měsíc později, tedy v polovině února 2006.

4.3.3 Vyhodnocení dotazníků

Obdržené odpovědi byly zpracovány do podoby grafů, aby byla zajištěna jejich optimální „čitelnost“. V případě nutnosti byla přiložena i tabulka s daty ozřejmující mechanismus vzniku grafu.

Nejdříve byla zkoumána doba, po kterou jsou jednotliví výrobci registrovaní v programu ekoznačení „EŠV“:

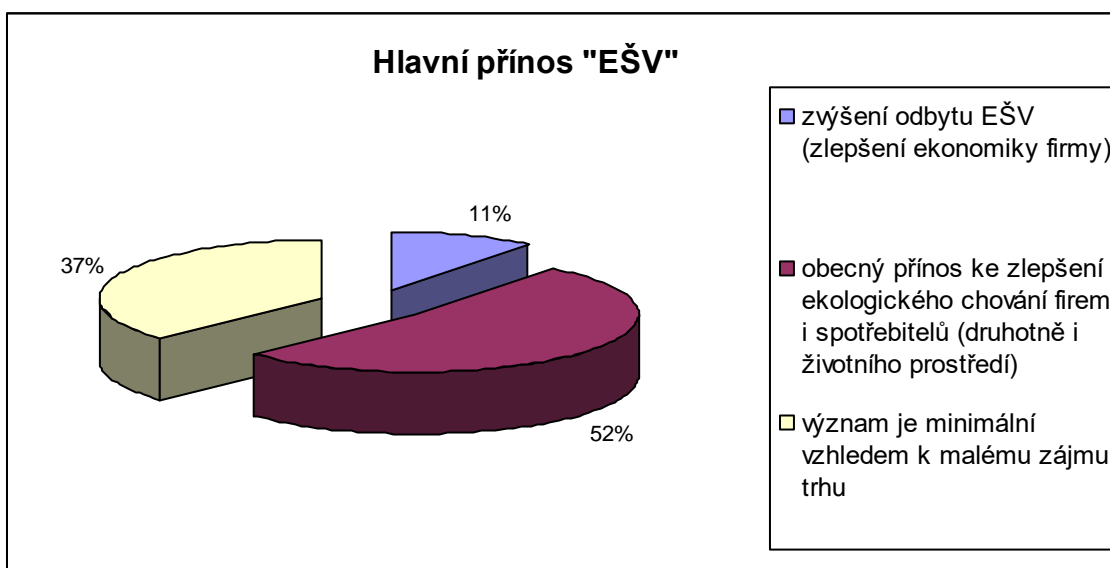
Graf 7 - Doba účasti v Národním programu označování výrobků ochrannou známkou "Ekologicky šetrný výrobek"



Z grafu je patrné, že největší zastoupení mají výrobci registrovaní v programu „EŠV“ 12 let, tedy ti, kteří se registrovali již prvním rokem. Nulové zastoupení mají roky 2, 6 a 9. Nelze tvrdit, že by docházelo k výraznějšímu nárůstu nebo poklesu nově přihlášených výrobních subjektů.

V další otázce bylo zjišťováno v čem vidí výrobci hlavní přínos ekoznačení „EŠV“:

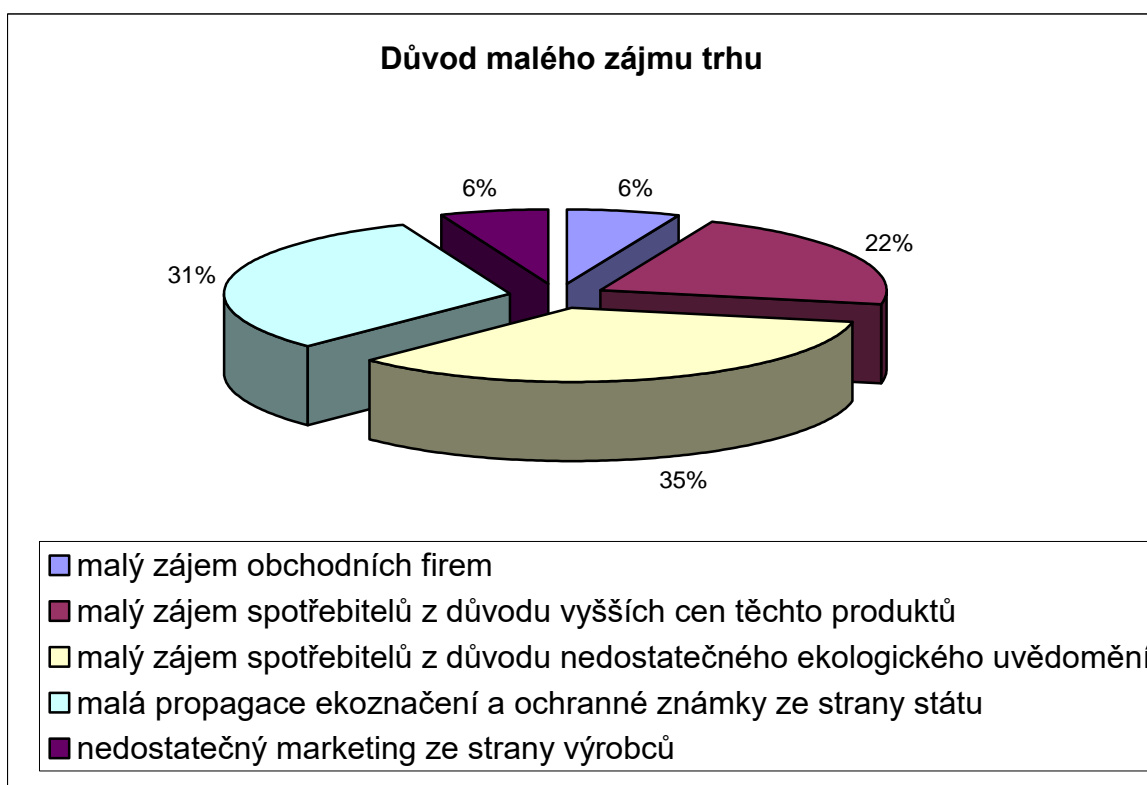
Graf 8 - V čem vidíte hlavní přínos ochranné známky "EŠV"?



Nadpoloviční většina respondentů (52%) soudí, že hlavním přínosem ochranné známky „EŠV“ je obecný přínos ke zlepšení ekologického chování firem i spotřebitelů (druhotně i životního prostředí). Naopak pouze 11% uvedlo, že hlavním přínosem je zvýšení odbytu „EŠV“, tedy zlepšení ekonomické situace firmy. Zbýlých 37% uvádí, že význam ochranné známky „EŠV“ je minimální vzhledem k malému zájmu trhu. Ve srovnání se šetřením z roku 2001 zde nedochází téměř k žádným změnám. Největším rozdílem je pokles podílu odpovědi, že význam ekoznačení „EŠV“ je minimální, ze 40 % na 37 %. Stále však zůstává podíl této odpovědi znepokojivě vysoký a lze z něj vytušit trvalou nedůvěru výrobců v možnost ekonomických přínosů z označování svých výrobků ekoznačkou „EŠV“.

V následující otázce bylo zjišťováno, co podle dotazovaných výrobců souvisí s malým zájmem trhu o výrobky s ochrannou známkou „EŠV“:

Graf 9 – Malý zájem trhu o výrobky s ochrannou známkou „EŠV“

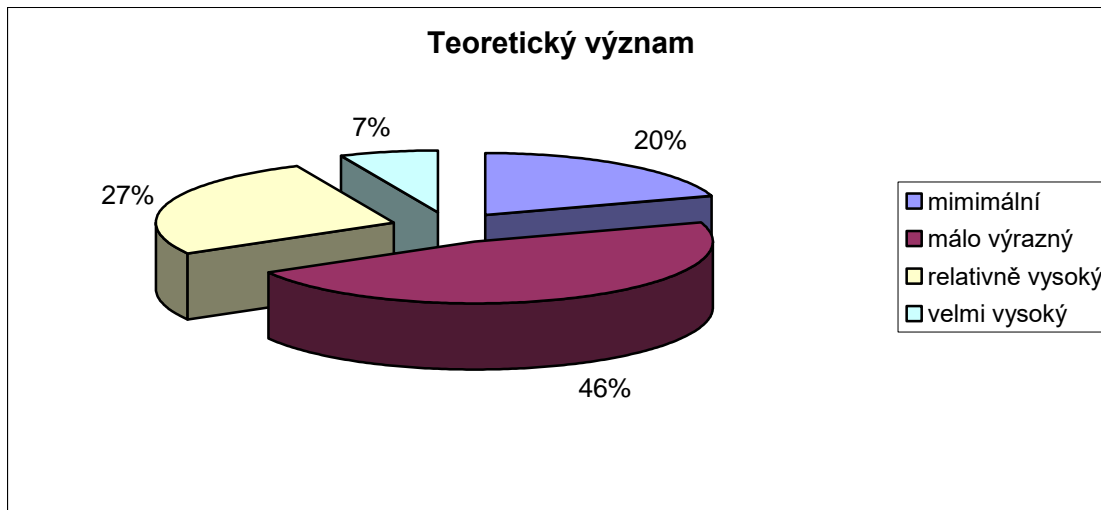


Z grafu lze vyčíst, že největší podíl dotazovaných subjektů (35%) zastává názor, že malý zájem spotřebitelů je způsoben nedostatečným ekologickým uvědoměním. Druhá největší skupina dotazovaných (31%) uvedla, že na vině malého zájmu trhu je malá propagace ekoznačení a ochranné známky ze strany státu. Dále 22% dotazovaných uvedlo, že malý zájem spotřebitelů je způsoben vyššími cenami výrobků s ochranou známkou „EŠV“. Pro 6% subjektů je na vině malý zájem obchodních firem a stejný podíl (6%) přiznává nedostatečný marketing ze strany výrobců.

Je nesporné, že upřednostňování výrobků označených ekoznačením „EŠV“ před ostatními výrobky je otázkou jejich vnímání a přijímání jejich pozitivních vlastností jednotlivými spotřebiteli. Aby systém ekoznačení plnil svoji funkci v preventivní strategii ochrany životního prostředí, je nezbytné, aby veřejnost byla informována o významu nakupování ekologicky šetrných výrobků. Toto se však neděje, a tak malá informovanost spotřebitelů zapříčiněná mimo jiné malou propagací ekoznačení „EŠV“ a ochranné známky ze strany státu, byla vyhodnocena jako hlavní důvod malého zájmu trhu o ekologicky šetrné výrobky.

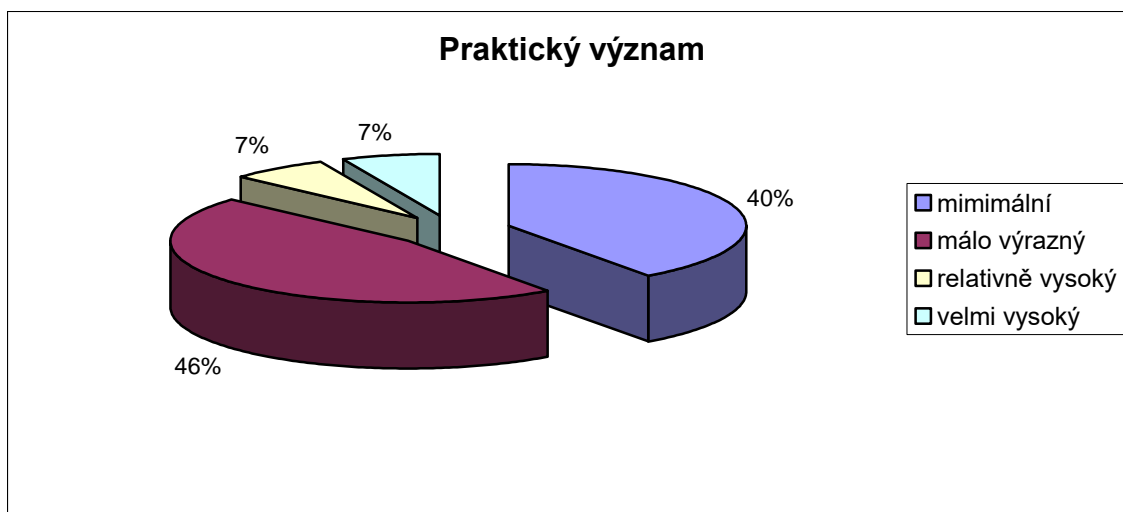
Dále bylo zkoumáno, jaký přisuzují výrobní subjekty význam ekoznačení „EŠV“. Tento význam měly posoudit v rovině teoretické a praktické:

Graf 10 – teoretický význam ekoznačení „EŠV“



Větší *teoretický* význam přisuzuje ekoznačení „EŠV“ jen 34 % respondentů.

Graf 11 – Praktický význam ekoznačení „EŠV“



Výraznější *praktický* význam přisuzuje ekoznačení „EŠV“ již jen 14 % výrobců.

Pro srovnání jsou níže v tabulce vedle sebe uvedeno jak na danou otázku odpovídali výrobci v roce 2001 a 2006.

Tabulka 3 – Výsledky šetření z roku 2001 a 2006

VÝZNAM	Minimální [%]		Málo výrazný [%]		Relativně vysoký [%]		Velmi vysoký [%]	
	2001	2006	2001	2006	2001	2006	2001	2006
Teoretický	31	20	19	46	50	27	0	7
Praktický	56	40	38	46	6	7	0	7

Významný posun je vidět v oblasti teoretického významu, kde v odpovědi „relativně vysoký“ došlo k poklesu z 50 % na 27 %. Naopak nárůst zaznamenala odpověď „málo výrazný“. Tento posun lze vysvětlit delší dobou účasti výrobců v programu ekoznačení „EŠV“ a jistou ztrátou iluzí o pozitivních změnách ve vzorcích spotřeby společnosti. Je třeba poukázat na nově se objevující obsazení odpovědi „velmi vysoký“. Jako velmi vysoký, v rovině teoretické i praktické, hodnotí význam ekoznačení „EŠV“ firma MISSIVA, spol. s r. o. Tato firma se zabývá výrobou čisticích prostředků pro domácnost. Jedná se například o výrobky „Celestina“, „Jasněna“ nebo „Rubín“. Pro propagaci ekologicky šetrných výrobů využívá tato firma svého programu *Srdce*. Náplní tohoto projektu je přiblížení výrobků s nižší ekologickou zátěží spotřebiteli. Firma definuje tento projekt jako snahu o rovnováhu mezi pomocí přírodě, pomocí lidem, vydělávání peněz a získáváním času.

Dále bylo zjišťováno, v čem vidí výrobní subjekty největší přednosti a slabiny Národního programu označování výrobků ochrannou známkou „EŠV“:

Přednosti i slabiny programu ekoznačení byly na základě podobnosti zjištěné mezi jednotlivými odpověďmi shrnuty do několika skupin:

Přednosti:

- Možnost výrobců zviditelnit se na trhu, kde snižování ekologické zátěže je stále silnějším trendem.
- Zvýšení odbytu výrobků prostřednictvím jejich označování ekoznačkou „EŠV“ a tím celkové zlepšení ekonomiky podniku.
- Zvýšení ekologického uvědomění společnosti a s tím související pozitivní dopad na životní prostředí.
- Sama existence programu, který dává spotřebiteli možnost volby.

Slabiny:

- Nedostatečná podpora a propagace ze strany státu, nemožnost ekonomicky podpořit české výrobce v oblasti propagace
- Nezájem vlády pokusit se prosadit např. sníženou DPH pro tyto výrobky
- Nezájem spotřebitelů o ekologicky šetrné výrobky a ekologii obecně
- Nedostatečná snaha o informovanost spotřebitelů v oblasti ekoznačení
- Znamka nemá žádný vliv na obchod
- Celková efektivita programu je bez aktivní účasti státu nízká

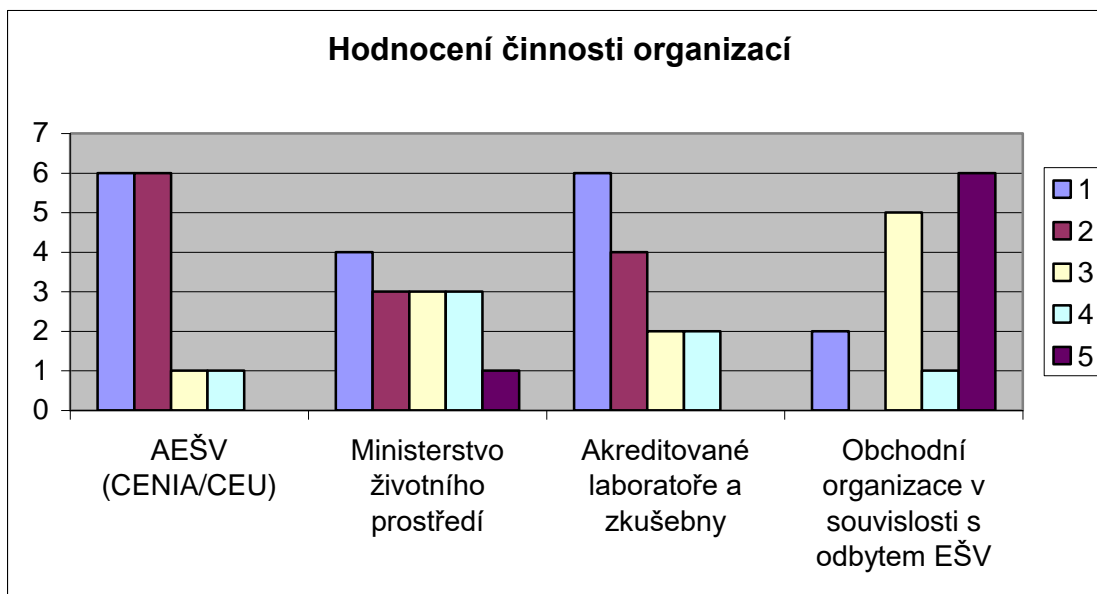
Většina výrobců shodně uvádí, že propagace ekoznačky „EŠV“ ze strany státu je na nízké úrovni. Několik výrobců dokonce tvrdí, že ke zviditelnění ekoznačení „EŠV“ resp. jeho loga se nedělá vůbec nic. Objevují se zde i názory že celý systém ekoznačení je v současné době pouze záležitostí několika zúčastněných institucí a osob.

Na obranu celého programu označování výrobků ekoznačkou „EŠV“ lze uvést, že v poslední době bylo vynaloženo značné úsilí v oblasti spolupráce s programem ekoznačení EU. Agentura pro ekologicky šetrné výrobky se na období září 2005 – září 2006 stala předsedajícím orgánem *Co-ordination and Co-operation Management Group*, což je pracovní skupina, která má v rámci programu ekoznačení EU na starosti spolupráci mezi ekoznačkou EU a národními ekoznačkami i ostatními dobrovolnými nástroji na ochranu životního prostředí.

V posledních měsících se mimo jiné spustil také projekt výukového programu „*Co je doma, to se počítá!*“. Tento výukový program je určen pro školy, ekocentra a zájmové kroužky, které pracují s dětmi a mládeží. Povinným seminářem, jehož absolvování je podmínkou pro získání balíčku pomůcek, prošlo již na 400 učitelů z celé České republiky. Budeme-li uvažovat, že každý z nich ekoznačku zmíní minimálně ve dvou třídách o 30 žácích, dostáváme se k poměrně vysokému číslu 24 000 žáků a studentů, tedy budoucích spotřebitelů. Tito žáci nebo studenti však mají už nyní, jak ukazují zkušenosti reklamních agentur, velkou moc ovlivnit nakupujícího rodiče. Ekoznačka „EŠV“ bude mladým lidem prezentována nejen ústně, ale i vizuálně a bude vysvětlen také její význam. V neposlední řadě se seznámí s příklady výrobků, na kterých ji mohou nalézt. To jistě významně přispěje ke znalosti ekoznačky, a tím i k upřednostňování ekologicky šetrných výrobků.

Dále byly subjekty dotazovány, jak hodnotí činnost organizací zainteresovaných v Národním programu označování výrobků ochrannou známkou „EŠV“:

Graf 12 – Hodnocení činnosti organizací zainteresovaných v programu ekoznačení „EŠV“



Hodnocení bylo prováděno dle klasické školní stupnice; 1 - nejlepší, 5 – nejhorší hodnocení. Agentura pro ekologicky šetrné výrobky (AEŠV) spolu s Akreditovanými laboratořemi a zkušebnami dosáhly nejvyššího počtu hodnocení 1. 6 subjektů tyto organizace označilo známkou 1. Nejvíce známek 5, hned od 6 respondentů obdržely Obchodní organizace v souvislosti s odbytem EŠV.

Při použití vážených průměrů vykazují zainteresované organizace následující průměrné známky:

- AEŠV 1,8
- Ministerstvo životního prostředí 2,6
- Akreditované laboratoře a zkušebny 2
- Obchodní organizace 3,6

Obchodní organizace mají několik možností, jak upozornit na ekologicky šetrné výrobky. Jsou to různé propagační akce, výrazné značení resp. dokonce vyčlenění ekologicky šetrných výrobků do zvláštních oddělení a v neposlední řadě také započítání minimální marže na tyto výrobky. Obchodní organizace mohou významně pomáhat řešit propagaci ekologicky

šetrných výrobků. Zvýšená poptávka vyvolá růst produkce těchto výrobků. Rostoucí odbyt pak přinese očekávaný profit i obchodním subjektům.

V další otázce byly výrobní subjekty dotazovány jakým způsobem ony samy propagují ekoznačení „EŠV“:

Obdržené odpovědi jsou uvedeny v následujícím přehledu:

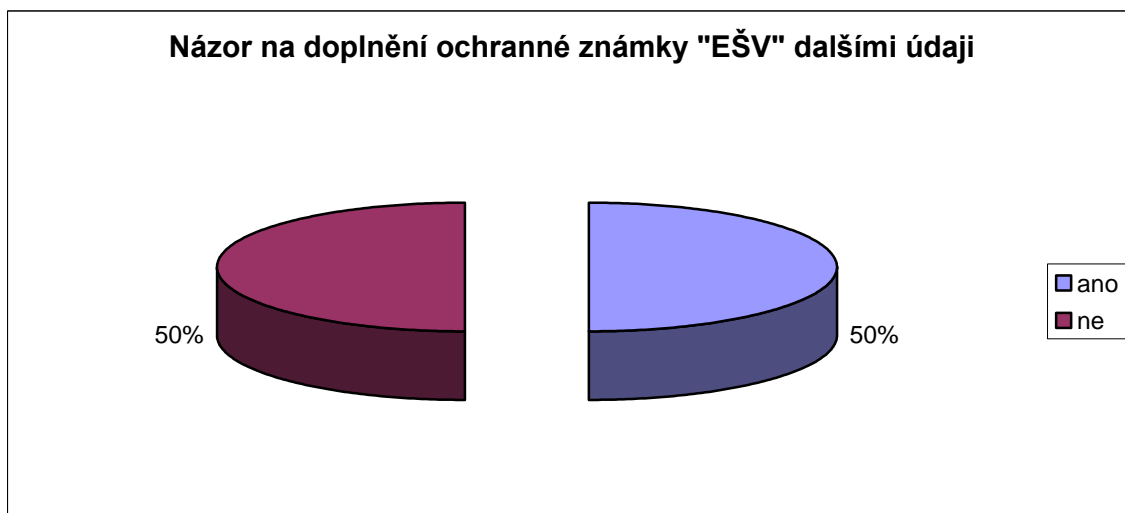
Způsob vlastní propagace ekoznačení „EŠV“

- Propagace v rámci katalogů a prospektů.
- Prostřednictvím internetových stránek.
- Nálepkou na výrobku.
- Formou osobního kontaktu poradců naší firmy se spotřebiteli.
- Označením výrobků na veletrzích a výstavách.
- Značení na etiketách výrobků.
- Zdůrazňováním, že se jedná o ekologicky šetrný výrobek při jednáních s partnery.
- Logo výrobku je součástí obchodní dokumentace.
- Publikování v odborných časopisech.
- Propagací výrobku ve vlastní prodejně.

Většina dotazovaných uvedla, že značku ekologicky šetrného výrobku uvádí na všech propagačních materiálech, které vydává k danému výrobku. Držení ekoznačky „EŠV“ je dále většinou firem zdůrazněno nebo alespoň zmíněno na jejich webových stránkách. Příkladem mohou být internetové stránky firmy MISSIVA spol. s r.o. zobrazené v příloze 5. Ukázka tištěného propagačního materiálu, tentokrát firmy DOMOSA ZLÍN. s.r.o., je přiložena v příloze 6.

Dotazník pokračoval otázkou, zda si výrobní subjekty myslí, že by ochranná známka „EŠV“ měla být doplněna údaji o konkrétní nižší zátěži životního prostředí (emise, energetická náročnost) ve srovnání s alternativními výrobky pro zlepšení celkové orientace spotřebitelů i obchodních firem:

Graf 14 – Doplnění ochranné známky konkrétními údaji o nižší zátěži životního prostředí



Na otázku, zda doplnit ochrannou známku „EŠV“ dalšími údaji odpovědělo 50 % subjektů ano a dalších 50 % ne. Ti kteří odpověděli ano, byli dále dotázáni jaký údaj by doplnili u svého výrobku a jakou formou. Odpovědi jsou uvedeny v následujícím přehledu:

Doplňující údaj pro ekoznačku „EŠV“

- Úspora energie
- Nižší zátěž pro životní prostředí
- Srovnání s konkurenčním produktem (např. ředidlovou barvou stejného použití)
- Porovnání se „standardními“ produkty

Firma QALT Rakovník, spol. s r. o. na obalech svých výrobků uvádí, že díky výběru vhodných surovin a volbě koncentrované formy je snížena ekologická zátěž produktu (příznivější hodnoty biologické rozložitelnosti a ekotoxicity).

Někteří výrobci zastávali názor, že další údaje připojené k logu „EŠV“ by obsahovaly příliš mnoho informací, což by bylo na úkor přehlednosti značení na obalu. Další výrobce uvedl, že tento dodatečný údaj stejně nemá smysl, pokud se nezlepší informovanost společnosti v oblasti ekoznačení „EŠV“ přes veřejnoprávní televizi.

V další otázce bylo zjišťováno, co se pro výrobní subjekty změnilo po vstupu ČR do EU v souvislosti s užitím ekoznačky „EŠV“:

Všechny subjekty jednoznačně odpověděly, že se nezměnilo nic.² Toto tvrzení je zčásti v rozporu s tvrzením o přínosu ekoznačky „EŠV“ firmám dle Agentury pro ekologicky šetrné výrobky. Jedním z hlavních přínosů pro firmy by měly být lepší podmínky pro export označených výrobků do zahraničí, kde pro obchodní partnery je často ekoznačka podmínkou.

Dále bylo zkoumáno, zda jsou výrobci seznámeni s možností získat pro své výrobky ekoznačku EU „květinové logo“:

Graf 15 – Jste seznámeni s možností získat pro své výrobky ekoznačku EU „květinové logo“?



Z grafu lze vyčíst, že 60 % dotazovaných subjektů bylo seznámeno s možností získat pro své výrobky ekoznačku EU „květinové logo“. Zbýlých 40 % uvádí, že s touto možností seznámeno nebylo. Tato skutečnost poukazuje na možnou nedostatečnou komunikaci mezi Agenturou a jednotlivými výrobci.

Subjekty, které o této možnosti věděly, byly dále dotazovány zda uvažují o možnosti využít ekoznačku EU „květinové logo“ u své produkce:

Jejich odpovědi jsou znázorněny v následujícím grafu.

² Výrobce QALT Rakovník, spol. s r. o. připojil poznámku, že ekoznačku „EŠV“ obdržel až po vstupu ČR do EU.

Graf 16 – Uvažujete o možnosti využít ekoznačku EU u své produkce?



Z obdržených odpovědí vyplývá, že většina (73 %) dotazovaných neuvažuje o zapojení do programu ekoznačení EU. Je nutno uvést, že v současné době vlastní ekoznačku EU pouze 1 z 80 firem registrovaných v programu ekoznačení „EŠV“. Jedná se o firmu HYBLER TEXTIL s r. o. Tato firma se však dotazníkového šetření nezúčastnila.

Jelikož existují v Evropě i další národní systémy ekoznačení, byly subjekty dotazovány, zda uvažují o zapojení do jiného zahraničního ecolabellingového programu:

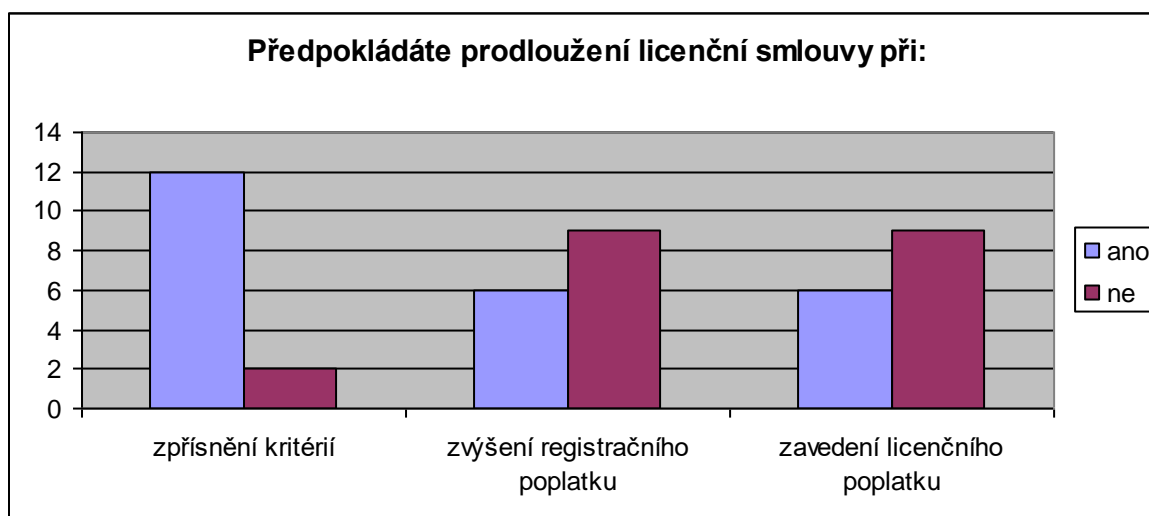
V této odpovědi byly všechny subjekty téhož názoru – žádný z nich neuvažuje o zapojení do jiného zahraničního ecolabellingového programu. Jeden z dotazovaných uvedl, že využívá označení „Modrý anděl“ (Německo) a „Zelený list EcoNOx“ (Francie); tento subjekt nesouhlasil s neanonymním zpracováním dat a proto zde není jmenován.

Národní program ekoznačení „EŠV“ znamená pro výrobní subjekty i určitou zátěž v podobě nákladů na registraci.

Další otázka měla mapovat, zda výrobní subjekty předpokládají prodloužení smlouvy při ztřísnění kritérií, zvýšení registračního poplatku nebo zavedení licenčního poplatku:

Získané odpovědi jsou znázorněny v grafu č.17

Graf 17 – Předpokládáte prodloužení licenční smlouvy při:



Většina respondentů se vyjádřila kladně v oblasti zpřísnění kritérií. Naopak v oblasti zvýšení registračního poplatku a zavedení licenčního poplatku vyjádřili výrobci ve většině negativní stanovisko. V následující tabulce je uvedeno srovnání se stavem zjištěným v při šetření v roce 2001.

Tabulka 4 – Názory na prodloužení licenční smlouvy

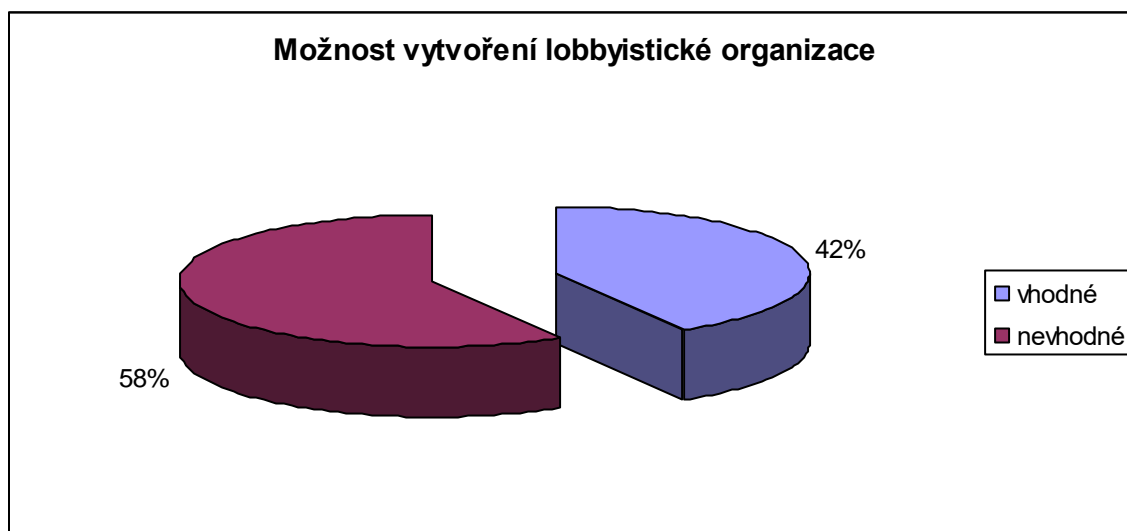
Předpokládáte prodloužení licenční smlouvy při:						
	Zpřísnění kritérií		Zvýšení registračního poplatku		Zavedení licenčního poplatku	
	2001	2006	2001	2006	2001	2006
Ano [%]	53	86	75	40	81	40
Ne [%]	47	14	25	60	19	60

Při srovnání se šetřením z roku 2001 je patrná větší ochota subjektů prodloužit si licenční smlouvu při zpřísnění kritérií. Naopak při zvýšení registračního poplatku nebo zavedení licenčního poplatku vyjadřují subjekty v porovnání s rokem 2001 negativnější stanovisko k prodloužení licenční smlouvy.

Program ekoznačení „EŠV“ jako jeden z mála programů nevyžaduje po držitelích licence placení ročního licenčního poplatku. Tento poplatek bývá zpravidla řešen buď konstantní částkou, nebo ve formě procentního podílu z obrátu. Otázkou je, zda za vyšší náklady spojené s placením licenčního poplatku nedostávají firmy v zahraničních programech ekoznačení větší podporu ze strany zřizovatele programu ekoznačení.

Další otázka zněla: „Jak byste zhodnotili možnost vzájemné kooperace držitelů ekoznačení „EŠV“ vytvořením lobbyistické organizace, která by prosazovala Vaše zájmy např. vůči orgánům státní správy, zajišťovala kvalifikovanou podobu podpory prodeje atd.?“:

Graf 18 – Zhodnocení možnosti vytvořit lobbyistickou organizaci



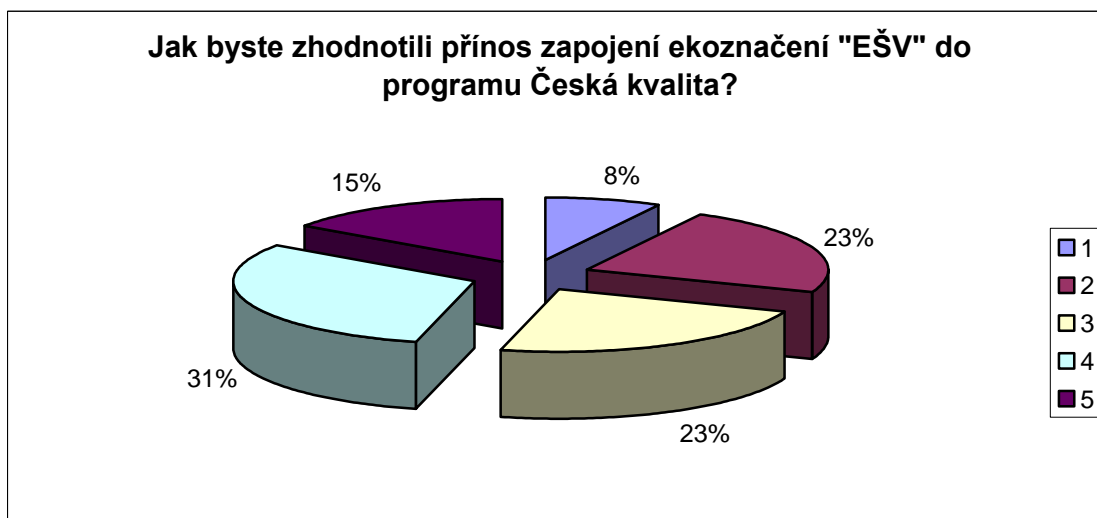
Výrobci zaujali k možnosti vytvoření lobbyistické organizace ze 42 % kladné stanovisko. Ostatní výrobci (58 %) odpověděli, že tato iniciativa je scestná, z důvodů protichůdných zájmů jednotlivých zainteresovaných subjektů.

Je pravdou, že garantem programu ekoznačení „EŠV“ je ministerstvo životního prostředí. A právě to by mělo dostatečně hájit zájmy výrobců registrovaných v tomto programu. Celkově však z odpovědí vyznívá určitá rozladěnost související se špatnou podporou výrobců zaregistrovaných v programu ekoznačení „EŠV“. Vytvořením lobbyistické organizace by začali výrobci hájit své zájmy svépomocí. Objevily se i konkrétní návrhy podpory výrobců. Jedním z nich bylo vytvoření systému dotací do stavebnictví s tím, že při používání ekologicky šetrných výrobků by tyto dotace byly zvýšeny.

Dále bylo zjišťováno, jak výrobci hodnotí přínos zapojení ekoznačení „EŠV“ do programu Česká kvalita. Při hodnocení bylo použito klasické školní stupnice; 1 – nejlepší, 5 – nejhorší hodnocení:

Hodnocení je zpracováno v grafu 19.

Graf 19 – Přínos zapojení ekoznačení „EŠV“ do programu Česká kvalita



Největší podíl respondentů (31 %) ohodnotilo přínos zapojení ekoznačení „EŠV“ do programu Česká kvalita známkou 4. Naopak nejmenší podíl (8 %) respondentů označilo tento přínos známkou 1. Po provedení propočtu váženým průměrem docházíme k číslu 3,22. Tato známka nám shrnuje hodnocení jako mírně negativní.



Program Česká kvalita (dále též Program CzQ) je program podpory prodeje kvalitních výrobků a poskytování kvalitních služeb, který přijala vláda České republiky svým usnesením č. 685 ze dne 26. června 2002. Hlavním cílem programu je vytvořit jednotný systém, který umožní zviditelnit důvěryhodné a nezávislé značky kvality, které jsou založené na objektivním ověřování kvality výrobků nebo služeb třetí stranou a vyloučit značky bez vypovídací schopnosti, které jsou jako informace pro spotřebitele zavádějící. Držitelé značek kvality přijatých do Programu Česká kvalita mají povinnost používat spolu se svou značkou kvality i logo Programu Česká kvalita.

Pro úplnost byli výrobci požádáni, aby naznačili slabiny programu Česká kvalita:

Odpovědi byly v zásadě dvojího charakteru. První skupinu tvořily odpovědi, které by se daly shrnout jako malá, nebo vůbec žádná informovanost o tomto programu a z toho vyplývající neschopnost subjektů vymezit chyby. Ve druhé skupině odpovědí nejčastěji zaznívaly názory, že tento program není dostatečně mediálně prezentován a že tato nedostatečná podpora následně vede k nízkému povědomí laické veřejnosti.

Poslední otázkou bylo vyjádření souhlasu resp. nesouhlasu s neanonymním zpracováním dat:

Tabulka 5 – Souhlas s neanonymním zpracováním dat

	Počet odpovědí
Souhlasím	14
Nesouhlasím	1

Dotazovaní výrobci souhlasili všichni až na jednoho. Zajímavostí je, onen výrobce, který si nepřeje být jmenován a který se ve všech otázkách vyjadřoval s velkou skepsí k ekoznačení „EŠV“, byl jako jediný registrován i v zahraničních národních programech ekoznačení (německém a francouzském).

5. Závěr

Cílem diplomové práce bylo posouzení vlivu účasti v Národním programu označování výrobků ochrannou známkou „Ekologicky šetrný výrobek“ na činnost konkrétních výrobců.

Hlavním zdrojem informací pro zpracování této práce bylo vedle studia odborné literatury a konzultací s pracovníky Agentury pro ekologicky šetrné výrobky především dotazníkové šetření mezi výrobci registrovanými v programu ekoznačení „EŠV“

Po vyhodnocení dotazníků byla zjištěna zcela nedostatečná propagace ekoznačení „EŠV“ ze strany vlády a toto bylo vyhodnoceno jako největší slabina programu. Z průzkumu vyplývá, že program je funkční, co se týče vytváření nových směrnic a přijímání nových výrobních subjektů, ale z hlediska vytváření příznivějších podmínek pro držitele ekoznačky „EŠV“ je účinný jen omezeně.

Co říci závěrem k programu označování výrobků ekoznačkou „EŠV“?

Myšlenka jeho založení je velmi chvályhodná, a v žádném případě není možné polemizovat s otázkou důležitosti a prospěšnosti existence ecolabellingu jako nástroje politiky životního prostředí na cestě za dosahováním základních principů trvale udržitelného rozvoje. Obzvláště když se ecolabelling jako nástroj hospodářské politiky osvědčil už v několika zemích, především pak v sousedním Německu.

Je však nutno konstatovat, že tento tržně orientovaný nástroj politiky životního prostředí zatím v České republice nenaplnil svou funkci v takové míře, jak by tomu – na základě zkušeností některých jiných zemí – mohlo být.

Program má svá významná pozitiva, avšak z hlediska praktického naplnění má mnohá slabá místa. Tato jsou dostatečně identifikována, nezbytné je však jejich praktické řešení. Prvním krokem na cestě k jeho zefektivnění je tedy bezpochyby propagace. Aby se ecolabelling jako nástroj politiky životního prostředí stal přirozenou součástí našeho každodenního života, ve kterém činíme spotřebitelská rozhodnutí na základě různorodých podnětů, musí se v každodenním životě i objevovat. Nejúčinnější a nej přijatelnější formou propagace by kromě informací přímo v prodejnách byli různé formy sdělení ve veřejnoprávní televizi, ale i na billboardech, či reklamních letácích. Velmi pozitivně je třeba ocenit současný výukový program pro mládež s názvem „Co je doma, to se počítá“. Zvýšení všeobecného povědomí lidí o důsledcích jejich spotřebního chování na životní prostředí a změna jejich postoje k ekologii by bylo obrovským krokem vpřed při prosazování a realizaci konceptu trvale udržitelného rozvoje.

Přechod na ekologicky šetrnější výrobu, s tím související změna technologií sebou na začátku pochopitelně přináší vysoké náklady, jejichž logickým důsledkem jsou vyšší ceny označených výrobků. Na druhou stranu ale může zabránit i případným budoucím problémům výrobců. Legislativa v ochraně životního prostředí se totiž neustále vyvíjí, zpřísnuje a zdokonaluje, proto jsou výrobci, jež dnes přechází na ekologicky šetrnější výrobu, lépe připraveni na změny zákonů v budoucnu. V současnosti, na základě provedeného šetření, lze konstatovat, že firmy registrované v programu ekoznačení „EŠV“ požívají relativně nízké zvýhodnění oproti svým konkurentům bez ekoznačky. Smysluplným zvýhodněním výrobců by bylo prosazení nižší sazby DPH na ekologicky šetrné výrobky. Tato myšlenka zaznívá nejen v odpovědích výrobců, ale například i ve Zprávě o výsledcích podpory rozvoje prodeje a užívání ekologicky šetrných výrobků za rok 2004.

6. Seznam použité literatury

1. EKOLOGICKÉ ZNAČENÍ v České republice, Ministerstvo životního prostředí, Praha 2003, ISBN 80-7212-226-6
2. Národní program označování ekologicky šetrných výrobků, CENIA, česká informační agentura životního prostředí, Praha 2005, ISBN 80-85087-55-3
3. ČSN EN ISO 14020 Environmentální značky a prohlášení – Obecné zásady, ČNI, Praha 1999
4. ČSN EN ISO 14024 Environmentální značení 1 – Základní principy a postupy. ČNI, Praha 2000
5. Zpráva o výsledcích podpory rozvoje prodeje a užívání ekologicky šetrných výrobků za rok 2004, Ministerstvo životního prostředí, Praha 2005
6. Environmentální značení, České ekologické manažerské centrum, duben 2004, ISSN: 1212-4761

Zdroje dostupné z internetu

7. http://www.cenia.cz/www/webapp.nsf/webitems/ESV_LetakyInformaceADokumentyKeStazeni
8. <http://www.gen.gr.jp/members.html>
9. http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index_en.htm
10. http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/whats_eco/ov_concept_en.htm
11. http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/how_to/index_en.htm
12. http://www.cenia.cz/www/webapp.nsf/webitems/ESV_Financovani
13. http://www.cenia.cz/www/webapp.nsf/webitems/ESV_NarodniProgramOznacovaniEkologickySetrnychVyrobků
14. http://www.cenia.cz/www/webapp.nsf/webitems/ESV_ZasadyAPrinosy
15. http://www.cenia.cz/www/webapp.nsf/webitems/ESV_PrihlaseniFinancovani

7. Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek 1 - Zařazení environmentálního značení v rámci mezinárodních norem

Obrázek 2 - Administrativní struktura evropského ecolabellingového programu

Obrázek 3 - Zapojení států světa do organizace GEN

Obrázek 4 - Nástroje politiky životního prostředí používané v ČR

Obrázek 5 - Administrativní struktura českého Národního programu označování výrobku ochrannou známkou "Ekologicky šetrný výrobek"

Tabulka 1 - Náklady na účast v evropském ecolabellingovém programu

Tabulka 2 - Počet oceněných výrobků v jednotlivých kategoriích výrobků

Tabulka 3 - Výsledky šetření z roku 2001 a 2006

Tabulka 4 - Názory na prodloužení licenční smlouvy

Tabulka 5 - Souhlas s neanonymním zpracováním dat

Graf 1 - Podíl jednotlivých kategorií používaných výrobků se známkou Ekologicky šetrný výrobek (státní správa)

Graf 2 - Podíl výrobků se známkou "Ekologicky šetrný výrobek" na celkovém množství použitých – jinak deklarovaných ekologických výrobků (státní správa)

Graf 3 - Počet výrobkových kategorií 1994 – 2005

Graf 4 - Přírůstky nových výrobkových kategorií v letech 1994 – 2005

Graf 5 - Počet oceněných výrobků 1994 – 2005

Graf 6 - Přírůstky oceněných výrobků v jednotlivých letech 1994 – 2005

Graf 7 - Doba účasti v Národním programu označování výrobků ochrannou známkou "Ekologicky šetrný výrobek"

Graf 8 - V čem vidíte hlavní přínos ochranné známky "EŠV"?

Graf 9 - Malý zájem trhu o výrobky s ochrannou známkou „EŠV“ podle Vás souvisí s:

Graf 10 - teoretický význam ekoznačení „EŠV“

Graf 11 - Praktický význam ekoznačení „EŠV“

Graf 12 - Hodnocení činnosti organizací zainteresovaných v programu ekoznačení „EŠV“

Graf 13 - Bohodnocení jednotlivých organizací zainteresovaných v programu ekoznačení „EŠV“

Graf 14 - Doplnění ochranné známky konkrétními údaji o nižší zátěži životního prostředí

Graf 15 - Jste seznámeni s možností získat pro své výrobky ekoznačku EU „květinové logo“?

Graf 16 - Uvažujete o možnosti využít ekoznačku EU u své produkce

Graf 17 - Předpokládáte prodloužení licenční smlouvy při

Graf 18 - Zhodnocení možnosti vytvořit lobbyistickou organizaci

Graf 19 - Přínos zapojení ekoznačení „EŠV“ do programu Česká kvalita

8. Seznam příloh

Příloha 1 - Usnesení vlády č. 720/2000, příkaz Ministerstva životního prostředí č. 13/1998 a
č. 1/2005

Příloha 2 - Seznam všech oceněných výrobků včetně výrobců

Příloha 3 - Přihláška pro firmy mající zájem vstoupit do programu ekoznačení „EŠV“

Příloha 4 - Dotazník (plné znění)

Příloha 5 - Prezentace loga ekoznačení „EŠV“ na internetových stránkách firmy
MISSIVA s. r.o.

Příloha 6 - Ukázka propagačního materiálu firmy DOMOSA ZLÍN s.r.o.

SUMMARY

Protection of the environment belongs amongst what is termed "negative market externalities", i.e. amongst matters that the market cannot resolve as they lie outside of the action of its mechanisms. The word "Ecolabelling" means labelling of products (and services) that are friendlier to the environment than similar products (or services) - substitutes. For the higher relevancy this system is led by the third independent body, in most of cases it is the national authority (e.g. in Czech Republic). Leading by this third independent body should guarantee to consumers that eco - labelled products satisfy all the environmentally friendly conditions.

The National Programme for Labelling „Environmentally Friendly Products“, the ecolabelling system in Czech Republic, was established on April 7, 1993 and announced on April 14, 1994. This Programme is based on these main principles: voluntary membership, only consumer items are subject of ecolabelling (except food, drinks, pharmaceuticals, guns, explosives, etc.), and ecological criteria for each product are based on LCA (life-cycle assessment) method. The aim of this dissertation was to review how the producers are influenced by participation in the ecolabelling system. There was a questionnaire investigation undertaken to collect the data.

The data evaluation brought out two facts:

1. The ecolabelling process is a good idea how to protect our environment.
2. The publicity of the Eco-label „Environmentally Friendly Products“ is on a low level. Producers assume, that the best way how to increase the publicity, is to run some advertising campaign focused on the Eco-label mark in mass media. This should be ensured by government (Ministry of the Environment).

Key words: Ecolabelling – Environmentally Friendly Products – Producers