

MANTINELY PRO UŽÍVÁNÍ VÝSLOVNÝCH ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ VČETNĚ TĚCH SE ZAMĚŘENÍM NA KLIMA*

MAGDALENA HAMÁČKOVÁ**

Abstract: **Boundaries for the Use of Explicit Environmental Claims, Including Those Focusing on Climate**

The article addresses the boundaries for the use of explicit environmental claims, which are a prevalent instrument in the communication between competitors and consumers. However, these claims frequently exhibit indications of greenwashing. In the first part of the article, the occurrence and potentially problematic nature of environmental claims are presented, as reflected in the decision-making practice of courts and competent authorities of European Union Member States, particularly in the Federal Republic of Germany. In the second part of the article, this is followed by an analysis of the Czech legal framework, which, despite the absence of explicit regulation, enables the addressing of misleading claims through the regulation of unfair commercial practices and unfair competition. The third part of the article is devoted to an examination of the amendment to the Unfair Commercial Practices Directive and the proposal for a Green Claims Directive. The fourth part of the article focuses on climate claims, a subset of environmental claims. These claims are subject to stricter requirements under legislation of European Union and German case law. These requirements may also serve as a point of inspiration for the Czech legal context.

Keywords: environmental claims; climate claims; greenwashing; unfair commercial practices; unfair competition; consumer protection; Unfair Commercial Practices Directive; Proposal for Green Claims Directive

Klíčová slova: environmentální tvrzení; environmentální tvrzení týkající se klimatu; greenwashing; nekalé obchodní praktiky; nekalá soutěž; ochrana spotřebitele; směrnice o nekalých obchodních praktikách; návrh směrnice o environmentálních tvrzeních

DOI: 10.14712/23366478.2025.675

ÚVOD

S environmentálními tvrzeními,¹ jejichž příkladem může být označení toaletního papíru za šetrný k životnímu prostředí, cukrovinek za vyráběné klimaticky

* Tento příspěvek vznikl v rámci plnění projektu Specifického vysokoškolského výzkumu (SVV) Univerzity Karlovy č. 260748 „Výzvy soukromého práva: udržitelnost a technologie“.

** Autorka je interní doktorandkou na katedře obchodního práva Právnické fakulty Univerzity Karlovy.

¹ Jak vyplývá z názvu tohoto článku, zabývám se v něm výhradně výslovnými environmentálními tvrzeními, jak je vymezuje ustanovení čl. 2 bod 2 návrhu směrnice Evropského parlamentu a Rady o dokládání

neutrálním způsobem či letecké dopravy za nízkoemisní, se spotřebitelé² setkávají takřka každodenně. Environmentální tvrzení, zjednodušeně prohlášení soutěžitelů³ o ekologické výhodnosti jejich zboží a služeb (dále společně jako „**produkt**“) či nich samotných,⁴ totiž představují častý nástroj používaný soutěžiteli ke zvýšení odbytu.

Environmentální tvrzení mají nezpochybnitelnou roli v informování spotřebitelů, pomáhají jim vybírat produkty, které jsou šetrnější k životnímu prostředí, a podporují tak udržitelnější spotřební chování. Ne všechna tato tvrzení jsou však bezproblémová. Některá mohou naplňovat znaky tzv. *greenwashingu*, do českého jazyka zpravidla překládaného jako „*lakování nazeleno*“, tedy směřovat ke „*klamání spotřebitelů ohledně environmentálních postupů soutěžitele nebo environmentálních přínosů výrobku či služby*“.⁵

V první části článku se zaměřuji na rozšířenost environmentálních tvrzení v komunikaci soutěžitelů se spotřebiteli a na jejich povahu. Na tom je možné ukázat, proč se otázka environmentálních tvrzení stala aktuální v rozhodovací praxi soudů nebo jiných orgánů členských států Evropské unie, zejména Spolkové republiky Německo. Německý pohled na environmentální tvrzení týkající se klimatu považují za přinejmenším zajímavý a zasluhující pozornost, a to vzhledem ke skutečnosti, že jde o významný inspirační zdroj pro české právo; tamější právní úprava je velmi podobná té české a mantinely pro používání reklamy obsahující environmentální tvrzení jsou tam vymezovány již páté desetiletí.⁶

Oproti tomu v České republice legislativa na výskyt environmentálních tvrzení dosud přímo neregulovala. Objevují se však názory,⁷ že některá environmentální tvrzení by mohla naplnit znaky nekalých obchodních praktik dle zákona o ochraně spotřebitele, případně nekalosoutěžního jednání dle občanského zákoníku. Mantinelům, které

a sdělování výslovných environmentálních tvrzení (směrnice o environmentálních tvrzeních) (dále jako „**navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních**“), tedy „*environmentální tvrzení, které má textovou podobu nebo je uvedeno na environmentální značce*“.

² Ve smyslu ustanovení § 419 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jako „**občanský zákoník**“), tedy „*každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá s podnikatelem nebo s ním jinak jedná*“, resp. ustanovení § 2 odst. 1 písm. a) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále jako „**zákon o ochraně spotřebitele**“), tedy „*fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání*“.

³ Ve smyslu ustanovení § 2972 občanského zákoníku, tedy ten, „*kdo se účastní hospodářské soutěže*“. Odborná literatura se kloní k tomu, že pojem soutěžitele je třeba vykládat extenzivně, a za soutěžitele proto považuje „*všechny osoby, které spolu soutěží nebo by mohly soutěžit*“, tedy například i osoby podnikající nelegálně, typicky kvůli ztrátě podnikatelského oprávnění. Zásadní je pouze shodná podstata jejich soutěžního jednání, jímž se rozumí, „*chování, které se týká [jejich] soutěžní činnosti a spadá do jejího rámce, a které směřuje k dosažení hospodářského prospěchu*“, jímž může být zisk, prestiž, postavení soutěžitele na trhu a podobně (ROZEHNAL, A. Česká a evropská úprava nekalé soutěže. In: ROZEHNAL, A. a kol. *Obchodní právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2014, s. 650).

⁴ Např. Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj. *OECD Green Growth Papers: Environmental Claims – Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy*. Paris: OECD Publishing, 2011, s. 3.

⁵ SEELE, P. – GATTI, L. Greenwashing Revisited: In Search of a Typology and Accusation-Based Definition Incorporating Legitimacy Strategies. *Business Strategy and the Environment*. 2015, No. 26, s. 240.

⁶ Např. CORDES, C. R. *Umweltwerbung: wettbewerbsrechtliche Grenzen der Werbung mit Umweltschutzargumenten*. Köln, Berlin, Bonn: Carl Heymanns Verlag, 1994, s. 2.

⁷ Např. ZÁHUMENSKÁ, V. Soud dal spolkům příležitost žalovat korporace kvůli greenwashingu. *Soukromé právo*. 2025, roč. 10, č. 1, s. 14.

stávající právní předpisy poskytují pro užívání environmentálních tvrzení, se věnují ve druhé části článku.

Na výskyt environmentálních tvrzení reaguje Evropská unie řadou iniciativ, především přijatou novelou směrnice o nekalých obchodních praktikách,⁸ případně navrhovanou směrnicí o environmentálních tvrzeních. Český právní řád musí přijatou legislativu Evropské unie příslušným způsobem reflektovat, proto se na oba předpisy zaměřuji ve třetí části článku.

Jak novela směrnice o nekalých obchodních praktikách, tak navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních považují environmentální tvrzení týkající se klimatu za zvláštní druh environmentálních tvrzení vyžadující přísnější kritéria pro posuzování. Podobně je vnímá i judikatura ve Spolkové republice Německo.⁹ Ve čtvrté části článku se proto věnuji zvláštním požadavkům spojeným s užíváním klimatických tvrzení, zejména jejich problematické povaze spojené s kompenzačními mechanismy, přístupu unijní legislativy k nim a závěrům judikatury německého Spolkového soudního dvora, které považuji za inspirativní i pro české právo.

Záměrem mého článku je zodpovědět následující otázky:

- i. Je možné na základě stávající české právní úpravy postihovat problematická environmentální tvrzení? Pokud ano, jak?
- ii. Jaké změny v této oblasti přinese již přijatá novela směrnice o nekalých obchodních praktikách a, v případě jejího přijetí, navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních?
- iii. Jak nahlížet na environmentální tvrzení týkající se klimatu a co je možné převzít z přístupu k nim ve Spolkové republice Německo?

1. VÝSKYT ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ

Zájmu spotřebitelů o ochranu životního prostředí se věnoval například průzkum zveřejněný Evropskou komisí v březnu 2020. V něm 94 % respondentů, jimiž bylo 27 498 občanů Evropské unie z různých sociálních a demografických skupin, označilo ochranu životního prostředí za důležitou, a to včetně 53 % respondentů považujících ji za velmi důležitou. Celých 83 % respondentů pak uvedlo, že ačkoli mnoho produktů tvrdí, že jsou šetrné k životnímu prostředí, nevěří, že je to pravda.¹⁰

⁸ Celým názvem *směrnice Evropského parlamentu a Rady 2024/825 ze dne 28. února 2024, kterou se mění směrnice 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o posílení postavení spotřebitelů v rámci zelené transformace prostřednictvím lepší ochrany před nekalými praktikami a prostřednictvím poskytování lepší informací* (dále jako „**novela směrnice o nekalých obchodních praktikách**“), jež novelizuje *směrnici Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách)* (dále jako „**směrnice o nekalých obchodních praktikách**“).

⁹ Např. rozhodnutí Spolkového soudního dvora ze dne 27. června 2024, sp. zn. I ZR 98/23.

¹⁰ Evropská komise. 2020 – sweep on misleading sustainability claims. In: *Evropská komise* [online]. 2021 [cit. 2025-01-26]. Dostupné na: https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_en#ref-2020--sweep-on-misleading-sustainability-claims.

Dle zprávy Evropské komise z ledna 2021 uvádějící výsledek kontroly cílící na potenciální porušení spotřebitelského práva Evropské unie provedené ve spolupráci s vnitrostátními orgány pro ochranu spotřebitelů zejména členských států v listopadu 2020, u více než poloviny ze 344 zkoumaných environmentálních tvrzení z různých odvětví nebyl poskytnut dostatek informací na posouzení jejich správnosti. Z této zprávy dále vyplývá, že 37 % tvrzení zahrnovalo vágní a obecná prohlášení, jako například „šetrný k životnímu prostředí“, „ekologický“ nebo „udržitelný“, jež mohla ve spotřebitelích vyvolat nepodložený dojem, že produkt nemá negativní dopad na životní prostředí. V 59 % případů soutěžitelé neposkytli snadno dostupné důkazy potvrzující pravdivost svého tvrzení. Podezření na zveličování, nepravdivost či klamavost, a tedy i na potenciální označitelnost za nekalou obchodní praktiku podle směrnice o nekalých obchodních praktikách, vyvstalo u 42 % tvrzení.¹¹

Uvedené výsledky šetření ukazují, že ochrana životního prostředí je pro značnou část spotřebitelů v Evropské unii velmi zásadní. Zájem spotřebitelé projevují i o transparentní informace týkající se udržitelnosti nabízených produktů, tedy dlouhodobého šetrného nakládání se zdroji, což v tomto případě spadá do rámce environmentálních tvrzení. Takový přístup však otevírá prostor pro zneužití ze strany některých soutěžitelů používajících vágní a obecná, nepodložená, nepravdivá či klamavá environmentální tvrzení. Výskyt problematických environmentálních tvrzení a s tím související potřebu vymezení konkrétnějších pravidel pro jejich užívání odráží i rozhodnutí soudů nebo jiných příslušných orgánů členských států Evropské unie, například v Rakouské republice¹² či v Maďarsku.¹³ Velmi rozsáhlá judikatura týkající se reklamy obsahující environmentální tvrzení je ve Spolkové republice Německo,¹⁴ kde jsou mantinely pro její používání vymezovány již od osmdesátých let dvacátého století, a to nejen v odborné literatuře, ale právě i prostřednictvím soudních rozhodnutí.¹⁵

Jedním z prvních rozhodnutí týkajících se environmentálních tvrzení bylo rozhodnutí německého Spolkového soudního dvora ze dne 20. října 1988, sp. zn. I ZR 238/87, ve věci žaloby podané Sdružením proti nekalým praktikám v obchodě a průmyslu. Ta mířila proti reklamě otištěné v reklamních letáčích a vyvěšené ve výlohách obchodů zobrazující venkovní toaletu stojící na louce doplněnou mimo jiné tvrzením: „*Toaletní papír z recyklovaného papíru je šetrný k životnímu prostředí. Protože použití*

¹¹ Evropská komise. Screening of websites for ‘greenwashing’: half of green claims lack. In: *Evropská komise* [online]. 2021 [cit. 2025-01-26]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269.

¹² Např. rozhodnutí Zemského soudu v Linci ze dne 27. března 2023, sp. zn. 3 Cg 69/22k; rozhodnutí Zemského soudu v Korneuburgu ze dne 29. června 2022, sp. zn. 29 Cg 62/22z.

¹³ Např. rozhodnutí maďarského Úřadu pro hospodářskou soutěž ze dne 3. června 1997, sp. zn. Vj-67/1997/8.

¹⁴ V německém jazyce se mluví o „*umweltbezogene Werbung*“ či „*Umweltwerbung*“. Je možné ji vymezit např. jako „*jákykoli druh reklamy sdělující, že pro nákup inzerovaného zboží či služeb existují důvody spojené s ochranou životního prostředí. Environmentální reklama mívá buď podobu reklamy na zboží či služby související s ochranou životního prostředí, tj. inzerované zboží či služba jsou nějakým způsobem šetrné k životnímu prostředí a mají tak přispívat k jeho ochraně (environmentální reklama související s výrobkem nebo službou), nebo reklamy podporující opatření na ochranu životního prostředí (environmentální reklama související s podnikem)*“ (CORDES, c. d., s. 9).

¹⁵ Např. tamtéž, s. 2.

recyklovaného papíru šetří naše lesy.“¹⁶ Obsahovala rovněž environmentální značkou *Blauer Engel* udělovanou, dle doplňujícího textu uvedeného drobným písmem, produktům obsahujícím alespoň 51 % recyklovaného materiálu.

Žalobce považoval reklamu za klamavou zejména pro tvrzenou šetrnost produktu k životnímu prostředí a vytváření celkového dojmu, že produkt je kompletně vyroben z recyklovaného papíru. Zemským soudem v Kolíně nad Rýnem bylo žalobě vyhověno a odvolací soud, Vrchní zemský soud v Kolíně nad Rýnem, toto rozhodnutí potvrdil. Stejně rozhodl i dovolací soud, Spolkový soudní dvůr.

Dle názoru Spolkového soudního dvora jsou obecná tvrzení jako „šetrný k životnímu prostředí“ či „ekologický“ problematická, neboť jejich nejasný obsah vede k obzvláště vysokému riziku uvedení spotřebitelů v omyl. Je proto zvýšena potřeba informovat o významu použitých pojmů. Předmětná reklama byla navíc způsobila ve svém celkovém kontextu u nezanedbatelné části spotřebitelů vyvolat mylný dojem, že inzerovaný produkt je vyroben ze 100 % z recyklovaného papíru,¹⁷ zvláště vzhledem k absenci složení propagovaného produktu. Pro způsobilost uvádět spotřebitele v omyl ohledně vlastností produktu a vyvolávání celkového klamavého dojmu Spolkový soudní dvůr označil tuto reklamu za zakázanou.¹⁸

Spolkový soudní dvůr v uvedeném rozhodnutí současně zdůraznil, že na reklamu obsahující odkazy na ochranu životního prostředí jsou kladeny zvláštní požadavky a je nutné ji posuzovat podle přísných měřítek, podobně jako například reklamu týkající se zdraví. Důvodem má být jednak skutečnost, že spotřebitelé vnímají ekologické vlastnosti produktu jako důležitý parametr při svém nákupním rozhodování, jednak vysoké riziko klamání v této oblasti, neboť produkty zpravidla nejsou environmentálně výhodnější než jiné celkově, nýbrž jen v některých oblastech, případně nijak významně.¹⁹

Za téměř čtyřicet let od vydání tohoto rozhodnutí došlo ke změně pohledu na průměrného spotřebitele z povrchně vnímajícího, nepozorného, snadno oklamatelného až hloupého, u nějž se potenciální klamavost reklamy posuzovala prostřednictvím empirických výzkumů, přičemž zpravidla postačovalo, aby byla způsobila oklamat 5 až 15 % adresátů.²⁰ Aktuálně je pohled na průměrného spotřebitele, zejména vlivem rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie, podstatně odlišný, jak uvádím v následující části. Přesto je uvedené rozhodnutí Spolkového soudního dvora v německé judikatuře dodnes hojně citováno.²¹ Základní principy, které byly pro používání environmentálních tvrzení vymezeny, jsou totiž přenositelné i do dnešního právního kontextu.

¹⁶ V německém jazyce: „Hygiene-Krepp aus Altpapier ist umweltfreundlich. Denn die Verwendung von Altpapier schont unsere Baumbestände.“

¹⁷ Ve skutečnosti byl produkt vyroben ze zhruba 80 % z recyklovaného papíru.

¹⁸ Současně odkázal na rozhodnutí německého Spolkového soudního dvora ze dne 2. listopadu 1973, sp. zn. I ZR 111/72, dle kterého „pokud reklama vytváří celkový klamavý dojem, je bez dalšího zakázána, a to i když obsahuje tvrzení, která by, použita sama o sobě, klamavá nebyla“.

¹⁹ Podobně např. rozhodnutí Spolkového soudního dvora ze dne 20. října 1988, sp. zn. I ZR 219/87; rozhodnutí Spolkového soudního dvora ze dne 4. října 1990, sp. zn. I ZR 39/89; rozhodnutí Zemského soudu ve Stuttgartu ze dne 10. ledna 2022, sp. zn. 36 O 92/21 KfH.

²⁰ HAJN, P. Klamavé soutěžní praktiky a ochrana spotřebitele. *Časopis pro právní vědu a praxi*. 1997, roč. 5, č. 1, s. 68–80.

²¹ Např. rozhodnutí Spolkového soudního dvora ze dne 27. června 2024, sp. zn. I ZR 98/23; rozhodnutí Zemského soudu ve Stuttgartu ze dne 10. ledna 2022, sp. zn. 36 O 92/21 KfH; rozhodnutí Vrchního zemského soudu v Hammu ze dne 19. srpna 2021, sp. zn. 4 U 57/21.

Důkazem toho, že uvedené rozhodnutí německého Spolkového soudního dvora je stále aktuální, je i skutečnost, že některé zásadní požadavky v něm uvedené se objevují v návrhu směrnice o environmentálních tvrzeních či v novele směrnice o nekalých obchodních praktikách, jimž se věnuji ve třetí části článku. Současná snaha Evropské unie tak nesměruje k vytvoření zcela nového rámce pro užívání environmentálních tvrzení, ale spíše k zakotvení pravidel vyplývajících z ustálené rozhodovací praxe v členských státech.

2. PRAVIDLA PRO UŽÍVÁNÍ VÝSLOVNÝCH ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ DLE SOUČASNÉ PRÁVNÍ ÚPRAVY V ČESKÉ REPUBLICE

Přes rozšířenost environmentálních tvrzení se jejich užívání v České republice dosud výslovně nevěnují ani právní předpisy, ani judikatura. Jediným rozhodnutím v této oblasti je, alespoň prozatím, rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 6. srpna 2024, č. j. 1 Cmo 56/2023-121, rozhodující o odvolání proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 24. dubna 2023, č. j. 10 Cm 32/2022-53. V této věci se nicméně jednalo zejména o aktivní legitimaci pro podání žaloby spolku zabývajícího se převážně ochranou životního prostředí, nikoli ochranou zájmů soutěžitelů ani zákazníků,²² proti tomu, kdo se dopouští nekalé soutěže.²³

Někteří odborníci nicméně vyjádřili názor, že problematická environmentální tvrzení by mohla být postihnuta na základě účinných právních předpisů, konkrétně zákona o ochraně spotřebitele či občanského zákoníku.²⁴ S tímto pohledem se ztotožňuji, neboť i bez existence výslovné právní úpravy environmentálních tvrzení umožňuje český právní rámec posoudit některá z těchto tvrzení jako nekalou obchodní praktiku či jako nekalosoutěžní jednání. V této části se proto postupně zaměřím na analýzu obou těchto možností.

²² Spolek Dobře zapsaný spolek žaloval společnost Lidl Česká republika, s. r. o. Společnost na svých webových stránkách deklarovala zájem o ochranu životního prostředí, když uváděla mimo jiné, že „ochrana klimatu je důležitá pro všechny naše aktivity“ a „plast je všudypřítomný v našem každodenním životě. Různými způsoby se dostává do našeho prostředí a primárně znečišťuje naše vody a oceány. Dokonce i ty nejmenší plastové částice z kosmetických prostředků a výrobků pro péči přispívají ke znečištění životního prostředí. Lidl si proto stanovil za cíl odstranit tyto nejmenší plasty, známé také jako mikroplasty. Již od roku 2015 se otázkou mikroplastů zabýváme a jednáme tak v souladu s našimi závazky o udržitelnosti a předběžné opatrnosti.“ Přesto však v rámci reklamní akce nabízela svým zákazníkům za útratu určitého obnosu plastovou figurku *Stikeez* v plastovém obalu. To spolek považoval za jednání v přímém rozporu s tvrzenými zásadami, označil ho za nekalosoutěžní a domáhal se veřejné omluvy. Věc se dostala až k Vrchnímu soudu, jakožto soudu odvolacímu, který rozhodl, že spolek sice byl oprávněn podat žalobu, ačkoli se primárně nezabývá ochranou soutěžitelů či zákazníků, nýbrž životního prostředí, nicméně dle ustanovení § 2988 a § 2989 občanského zákoníku nebyl oprávněn k uplatnění nároku na omluvu. Žalobu proto zamítl (ZÁHUMENSKÁ, *Soud dal spolkům příležitost žalovat korporace kvůli greenwashingu*).

²³ Ve smyslu ustanovení § 2989 odst. 1 občanského zákoníku.

²⁴ Například ZÁHUMENSKÁ, *Soud dal spolkům příležitost žalovat korporace kvůli greenwashingu*, s. 14.

2.1. MOŽNÉ POSTIHOVÁNÍ VÝSLOVNÝCH ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ JAKO NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY

Současné znění zákona o ochraně spotřebitele vychází ze směrnice o nekalých obchodních praktikách. Transpozicí této směrnice do českého právního řádu došlo k zakotvení institutu nekalých obchodních praktik jakožto klíčového prvku ochrany spotřebitelů.

Za nekalou je, dle tzv. generální klauzule nekalých obchodních praktik,²⁵ považována obchodní praktika, jež je „v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, kterému je určena, nebo který je jejím působením vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě“.²⁶ Nekalé obchodní praktiky jsou zákonem o ochraně spotřebitele děleny na klamavá konání, klamavá opomenutí a agresivní obchodní praktiky. Užívání nekalých obchodních praktik před rozhodnutím spotřebitele ohledně koupě, v průběhu tohoto rozhodování i po učinění rozhodnutí je zákonem o ochraně spotřebitele zakázáno.²⁷

V příloze č. 1 a příloze č. 2 k zákonu o ochraně spotřebitele, tzv. černé listině obchodních praktik, jsou taxativně vyjmenovány obchodní praktiky považované vždy za nekalé. U obchodních praktik v těchto přílohách neuvedených, avšak naplňujících generální klauzuli nekalých obchodních praktik, je k rozhodnutí, zda se skutečně jedná o nekalou obchodní praktiku, nutné provést tzv. test nekalosti vyplývající ze znění generální klauzule nekalých obchodních praktik. Mezi základní kritéria testu nekalosti tak patří, zda posuzovaná obchodní praktika (i) je v rozporu s požadavky odborné péče a (ii) podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, jemuž je určena nebo jenž je jejím působením vystaven.²⁸

Obvykle má být obchodní praktika posuzována z pohledu tzv. průměrného spotřebitele,²⁹ jenž byl postupně vymezen, rozhodnutími Soudního dvora Evropské unie i českých soudů,³⁰ jako spotřebitel, „který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory“.³¹ Pokud se však jedná o obchodní praktiku způsobilou „podstatně narušit ekonomické chování určité jednoznačně vymežitelné skupiny spotřebitelů, kteří jsou z důvodu duševní nebo fyzické slabosti, věku nebo důvěřivosti zvláště zranitelní takovou praktikou nebo výrobkem nebo službou, a to způsobem, který prodávající může rozumně očekávat“, musí být hodnocena

²⁵ Např. VÍTOVÁ, B. Komentář k § 4 zákona o ochraně spotřebitele. In: VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele: komentář*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2020.

²⁶ Ustanovení § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele.

²⁷ Ustanovení § 4 odst. 3, 4 zákona o ochraně spotřebitele.

²⁸ Ustanovení § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele.

²⁹ Tamtéž.

³⁰ Např. rozhodnutí Evropského soudního dvora ve věci C-220/98, *Estée Lauder Cosmetic v. Lancaster Group*, ze dne 13. ledna 2000, odst. 27 a 30; rozhodnutí Evropského soudního dvora ve věci C-44/01, *Pip-pig Augenoptik v. Hartlauer Handelsgesellschaft*, ze dne 8. dubna 2003, odst. 55; rozhodnutí Nejvyššího soudu ze dne 30. května 2007, sp. zn. 32 Odo 229/2006.

³¹ Bod 18 preambule směrnice o nekalých obchodních praktikách.

z hlediska průměrného člena této skupiny, tzv. zvláště zranitelného spotřebitele, nikoli z hlediska průměrného spotřebitele.³²

Pokud soutěžitel používá environmentální tvrzení, může jeho jednání být posouzeno jako nekalá obchodní praktika. Může se například dopustit klamavého konání,³³ pokud je jeho environmentální tvrzení nepravdivé či zavádějící, nebo klamavého opomenutí,³⁴ v případě, že ve svém environmentálním tvrzení neuvede informaci podstatnou pro informované nákupní rozhodnutí spotřebitele,³⁵ případně ji poskytne nejasně, nesrozumitelně či nejednoznačně.³⁶

³² Ustanovení § 4 odst. 2 zákona o ochraně spotřebitele.

³³ Ve smyslu ustanovení § 5 zákona o ochraně spotřebitele. Příkladem nepravdivého environmentálního tvrzení může být marketingová kampaň z roku 2009 na „čisté dieselové“ automobily společnosti Volkswagen. Společnost v tištěných i televizních reklamách propagovala výrazné snížení výfukových emisí u nových modelů vozů (LINDWALL, C. What is Greenwashing? In: *Natural Resources Defense Council* [online]. 9. 2. 2023 [cit. 2025-05-14]. Dostupné na: <https://www.nrdc.org/stories/what-greenwashing>), a to až o 90 % oproti tradičním dieselovým automobilům (JOPSON, B. – MCGEE, P. – CAMPBELL, P. Volkswagen faces \$15bn hit over US green ad campaign. In: *Financial Times* [online]. 29. 3. 2016 [cit. 2025-05-14]. Dostupné na: <https://www.ft.com/content/1234f9be-f5bf-11e5-9afe-dd2472ea263d>). Mezi lety 2013 a 2014 však Mezinárodní rada pro čistou dopravu provedla ve spolupráci s Centrem pro alternativní paliva, motory a emise Západovirginské univerzity výzkum provozních emisí u vybraných typů osobních automobilů. Během tohoto bádání se ukázalo, že některé dieselové vozy společnosti Volkswagen překračovaly ve Spojených státech amerických povolené množství vypouštěných emisí oxidů dusíku až pětáctkrát. Navazující studie v Evropě ukázala, že nešlo o problém týkající se pouze Spojených států amerických, nýbrž celosvětový (Mezinárodní rada pro čistou dopravu. Press Statement: EPA's Notice of Violation of the Clean Air Act to Volkswagen. In: *International Council on Clean Transportation* [online]. 18. 9. 2015 [cit. 2025-05-14]. Dostupné na: <https://theicct.org/epas-notice-of-violation-of-the-clean-air-act-to-volkswagen-press-statement/>). Následně bylo odhaleno, že mezi lety 2009 a 2015 vyrobila společnost Volkswagen zhruba jedenáct milionů dieselových vozů, do nichž byl nainstalován speciální software umožňující automobilům rozpoznat, že prochází emisními testy v laboratorních podmínkách, a snížit množství vypouštěných emisí pod hranici stanovených limitů. V běžném provozu byla však tato kontrola znečištění vypnuta, aby řidiči mohli využívat vyšší výkon motoru (JUNG, J. C. – SHARON, E. The Volkswagen emissions scandal and its aftermath. *Global Business and Organizational Excellence*. 2019, Vol. 38, No. 4, s. 6), a vozidla tak vypouštěla výrazně větší množství emisí. Protože Mezinárodní rada pro čistou dopravu při svém výzkumu použila jinou metodu, než byla běžná, nainstalovaný software se během prováděných testů nespustil a bylo naměřeno skutečné množství vypouštěných emisí (JORDANS, F. EPA: Volkswagen Thwarted Pollution Regulations For 7 Years. In: *CBS News* [online]. 21. 9. 2015 [cit. 2025-05-14]. Dostupné na: <https://www.cbsnews.com/detroit/news/epa-volkswagen-thwarted-pollution-regulations-for-7-years/>). Společnost Volkswagen později přiznala používání uvedeného softwaru (JORDANS, c. d.), a tedy i nepravdivost svých tvrzení.

³⁴ Ve smyslu ustanovení § 5a zákona o ochraně spotřebitele.

³⁵ Příkladem může být nabízené vysazování stromů ať už za úplaty, nebo třeba jako odměna za nákup soutěžiteli. Při zdůraznění výhod, jako má být zlepšení stavu životního prostředí, snižování množství oxidu uhličitého v atmosféře a podobně, totiž nebývá dodáváno, že z vysazených stromů z různých důvodů přejít naprostá menšina – dle studie v oblasti obnovy mangrovů publikované britským vědeckým Dominem Wodehousem v roce 2020 asi 2 % (PEARCE, F. Why Ambitious Tree Planting and Carbon Offset Projects Are Failing. In: *Mother Jones* [online]. 15. 10. 2022 [cit. 2025-04-06]. Dostupné na: <https://www.motherjones.com/politics/2022/10/why-ambitious-tree-planting-and-carbon-offset-projects-are-failing/>).

³⁶ Příkladem může být reklama letecké společnosti Ryanair, jež se v roce 2019 objevila v tisku a v televizním i rádiovém vysílání, v níž se společnost chlubila mimo jiné „nejnižšími emisemi oxidu uhličitého ze všech velkých leteckých společností – 66 gramů CO₂ na pasažéra na uletěný kilometr“. Jedna z reklam zněla: „Ryanair, nízké ceny letenek, nízké emise. Na základě 27 nejlepších evropských leteckých společností.“ Přestože společnost Ryanair při tvorbě těchto sdělení údajně vycházela z dat nezávislých organizací Eurocontrol a Brighter Plane, nezohlednila, že tyto zdroje nebyly zcela spolehlivé. Tabulka organizace Eurocontrol například uváděla i jiné letecké společnosti, jejichž emise oxidu uhličitého byly vzhledem k jejich podílu na letecké dopravě srovnatelné nízké jako u společnosti Ryanair, v důsledku čehož tvrzení

Za určitých okolností by se soutěžitel mohl užíváním environmentálních tvrzení dopustit i některé z nekalých obchodních praktik uvedených v příloze č. 1 k zákonu o ochraně spotřebitele. Mohlo by se zejména jednat o situaci, kdy soutěžitel „uvádí jako přednost nabídky práva, která vyplývají spotřebiteli přímo ze zákona“³⁷ či „uvádí nesprávné údaje o povaze a míře rizika pro osobní bezpečnost spotřebitele nebo jeho rodiny, pokud si jeho výrobek nebo službu nekoupí“.³⁸

2.2. MOŽNÉ POSTIHOVÁNÍ VÝSLOVNÝCH ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ JAKO NEKALOSOUTĚŽNÍHO JEDNÁNÍ

Při užívání environmentálních tvrzení musí soutěžitelé respektovat nejen úpravu obsaženou v zákoně o ochraně spotřebitele, ale i meze stanovené občanským zákoníkem. Ten ve svých ustanoveních vymezuje nekalosoutěžní jednání a současně jej zakazuje.³⁹

Dle tzv. generální klauzule nekalé soutěže je pro to, aby se soutěžitel dopustil nekalosoutěžního jednání, nezbytné, aby kumulativně naplnil tři základní podmínky, tedy (i) dopustil se tohoto jednání v hospodářském styku, (ii) dostal se tímto jednáním do rozporu s dobrými mravy hospodářské soutěže a současně (iii) jeho jednání bylo způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům.⁴⁰ Z toho vyplývá, že nekalosoutěžní jednání je ohrožujícím deliktem,⁴¹ kterého se soutěžitel může dopustit jak konáním, tak opomenutím, úmyslně i neúmyslně.⁴²

Občanský zákoník vedle generální klauzule nekalé soutěže obsahuje i demonstrativní výčet tzv. speciálních skutkových podstat nekalé soutěže.⁴³ Pro to, aby se soutěžitel dopustil nekalosoutěžního jednání, je nicméně nezbytné, aby naplnil generální klauzuli nekalé soutěže. Pouhé naplnění některé ze speciálních skutkových podstat nekalé soutěže není postačující.

o nejnižších emisích nebylo přesné. Graf organizace Brighter Plane porovnávající efektivitu leteckých společností z hlediska emisí oxidu uhličitého na uletěnou míli, tedy nikoliv uletěný kilometr, jak uváděla reklama společnosti Ryanair, v němž Ryanair obsadila první místo, zase nezahrnoval některé další letecké společnosti, což vyvolalo pochybnosti o tom, zda byly při výzkumu vzaty v úvahu. Ani jedna ze studií navíc neuváděla žádné informace například o tom, jak k měření vypouštěných emisí docházelo (Rozhodnutí britského Úřadu pro reklamní standardy ve věci společnosti Ryanair Ltd. ze dne 5. února 2020).

³⁷ Ve smyslu ustanovení písm. i) přílohy č. 1 k zákonu o ochraně spotřebitele. Příkladem může být tvrzení, že spotřebič je bez freonů, přestože jejich používání je zakázáno právními předpisy a nesmí je tedy obsahovat žádný spotřebič.

³⁸ Ve smyslu ustanovení písm. l) přílohy č. 1 k zákonu o ochraně spotřebitele. Příkladem může být tvrzení, že nabízená lahev na pití, na rozdíl od ostatních dostupných na trhu, neuvolňuje do vody mikroplasty, a tedy neohrožuje zdraví svého vlastníka.

³⁹ Ustanovení § 2976 odst. 1 občanského zákoníku.

⁴⁰ Tamtéž.

⁴¹ HAJN, P. Komentář k ustanovení § 2976. In: ŠVESTKA, J. – DVOŘÁK, J. – FIALA, J. a kol. *Občanský zákoník: komentář: svazek VI (§ 2521–3081)*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2021.

⁴² PATĚK, D. *Právo proti nekalé soutěži*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2020, s. 113.

⁴³ V ustanovení § 2976 odst. 1, 2 občanského zákoníku.

Pro problematiku užívání environmentálních tvrzení budou ze speciálních skutkových podstat nekalé soutěže relevantní zejména dvě z nich: klamavá reklama⁴⁴ a klamavé označení zboží a služeb.⁴⁵

Z výše uvedeného vyplývá, že ačkoliv v České republice dosud neexistuje výslovná právní úprava environmentálních tvrzení a v zásadě ani judikatura, stávající právní rámec již poskytuje základní mantinely pro jejich užívání. Soutěžitelé jsou tak zejména povinni dbát na to, aby jejich environmentální tvrzení byla pravdivá, konkrétní, úplná, jasná, srozumitelná a nezavádějící a aby jejich prostřednictvím nedocházelo ke klamání spotřebitelů. Nedodržení těchto požadavků by mohlo vést k jejich možnému postihnutí buď jako nekalé obchodní praktiky dle zákona o ochraně spotřebitele, nebo jako nekalosoutěžního jednání dle občanského zákoníku.

3. OČEKÁVATELNÝ VÝVOJ PRÁVNÍ ÚPRAVY VÝSLOVNÝCH ENVIRONMENTÁLNÍCH TVRZENÍ

Zejména za účelem ochrany spotřebitelů před problematickými environmentálními tvrzeními předložila Evropská komise v březnu 2023 **navrhovanou směrnici o environmentálních tvrzeních**. Tento návrh byl v prvním čtení v březnu 2024 podpořen. V prosinci 2024 bylo odhlasováno zahájení interinstitucionálních jednání, přičemž první trialog se konal v lednu 2025.⁴⁶ V únoru 2025 byl nicméně zveřejněn tzv. *Omnibus*, balíček návrhů legislativních změn směřujících zejména ke zjednodušení pravidel v oblasti udržitelnosti. Nabízí se tak otázka, zda navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních není v rozporu se snahou o zjednodušování regulačního rámce a o snižování administrativní zátěže kladené na podniky a zda legislativní proces bude dále pokračovat. Prozatím však považují za užitečné se navrhovanou směrnicí zabývat.

Cílem navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních má být mimo jiné posílení ochrany životního prostředí, usnadnění informovaného rozhodování spotřebiteli na základě důvěryhodných environmentálních tvrzení a značek, tedy i zvýšení právní jistoty a zajištění spravedlivých podmínek na vnitřním trhu,⁴⁷ což je spojeno mimo jiné se zlepšením postavení soutěžitelů nabízejících skutečně udržitelné produkty. Navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních zdůrazňuje potřebu toho, aby environmentální tvrzení byla „spolehlivá, srovnatelná a ověřitelná“.⁴⁸

⁴⁴ Ve smyslu ustanovení § 2978 občanského zákoníku. Příkladem může být výše popsané jednání společnosti Volkswagen, kdy tvrdila, že její vozidla vytváří nižší množství emisí než produkty konkurenčních soutěžitelů, přestože ve skutečnosti bylo množství vytvářených emisí přinejmenším srovnatelné.

⁴⁵ Ve smyslu ustanovení § 2979 občanského zákoníku. Příkladem může být prezentace produktu jako vyrobeného z organické, ekologické či bio bavlny, ačkoli si je tento soutěžitel vědom, že certifikáty k této bavlně jsou falešné.

⁴⁶ Evropský parlament. Substantiating green claims: In “A new plan for Europe’s sustainable prosperity and competitiveness”. In: *European Parliament* [online]. 20. 3. 2025 [cit. 06-04-2025]. Dostupné na: <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-a-european-green-deal/file-substantiating-green-claims>.

⁴⁷ Bod 1.2 důvodové zprávy navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁴⁸ Bod 2 preamble navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

Za účelem naplnění stanovených cílů zamýšlí navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních spojit sdělování environmentálních tvrzení s řadou povinností a omezení. Při posuzování environmentálních tvrzení soutěžitelů by mělo být bráno v úvahu především to, zda předmětné environmentální tvrzení pokrývá celý produkt či soutěžitele nebo jen jeho část či aspekt, zda vychází z obecně uznávaných vědeckých důkazů, přesných informací a odpovídajících mezinárodních norem a zda zohledňuje významné environmentální dopady,⁴⁹ environmentální aspekty,⁵⁰ případně environmentální profil,⁵¹ v rámci životního cyklu produktu, přičemž pokud není možné posoudit určité dopady kvůli nedostatku důkazů, měly by být zahrnuty dostupné informace a posouzení aktualizováno. Dále posuzované environmentální tvrzení nesmí zdůrazňovat vlastnosti vyplývající z požadavků kladených právními předpisy, a naopak by mělo ukazovat nadprůměrné environmentální výsledky oproti standardu běžnému v daném odvětví, nezamlčovat významné negativní dopady na jiné oblasti životního prostředí, jasně oddělovat kompenzace emisí skleníkových plynů od skutečně produkovaných emisí a vycházet ideálně z primárních, případně z reprezentativních sekundárních zdrojů.⁵²

Ještě více nároků klade navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních na srovnávací výslovná environmentální tvrzení, tedy environmentální tvrzení, která „*uvádějí nebo naznačují, že produkt nebo obchodník⁵³ má menší environmentální dopady nebo lepší environmentální profil než jiné produkty nebo obchodníci*“. Patří mezi ně především požadavek, aby pro porovnání produktů nebo soutěžitelů byly použity informace získané stejným způsobem a pokrývající všechny klíčové fáze jejich životního cyklu.⁵⁴ Pokud by soutěžitel porovnával současný produkt s nějakým předchozím, svým nebo konkurenčního soutěžitele, musel by popsat a doložit významné zlepšení v posledních pěti letech.⁵⁵

Navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních osvobozuje od povinností týkajících se dokládání výslovných i srovnávacích environmentálních tvrzení,⁵⁶ stejně jako sdělování výslovných environmentálních tvrzení,⁵⁷ mikropodniky, tedy soutěžitele,

⁴⁹ Dle ustanovení čl. 2 bod 19 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních „*jakákoli změna životního prostředí, jak pozitivní, tak negativní, která zcela nebo částečně vyplývá z činnosti obchodníka nebo odvětví nebo z produktu nebo skupiny produktů během jejich životního cyklu*“.

⁵⁰ Dle ustanovení čl. 2 bod 18 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních „*prvek činnosti obchodníka nebo odvětví nebo prvek produktů či skupin produktů, který působí nebo může působit na životní prostředí*“.

⁵¹ Dle ustanovení čl. 2 bod 17 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních „*profil určitého produktu nebo skupiny produktů nebo obchodníka či odvětví, pokud jde o environmentální aspekty nebo environmentální dopady tohoto produktu nebo skupiny produktů nebo činnosti tohoto obchodníka nebo odvětví*“.

⁵² Ustanovení čl. 3 odst. 1, 2 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁵³ Pojem „*obchodník*“ vymezuje ustanovení čl. 2 bod 2 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních ve spojení s ustanovením čl. 2 písm. b) směrnice o nekalých obchodních praktikách jako „*fyzickou nebo právnickou osobu, jež v obchodních praktikách spadajících do oblasti působnosti této směrnice jedná za účelem, který lze považovat za provozování jejího obchodu, živnosti nebo řemesla anebo výkonu jejího svobodného povolání, a kdokoli, kdo jedná jménem obchodníka nebo v jeho zastoupení*“. Významově se tak částečně překrývá s pojmem soutěžitel, částečně jej rozšiřuje.

⁵⁴ Ustanovení čl. 4 odst. 1 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁵⁵ Ustanovení čl. 4 odst. 2 a čl. 6 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁵⁶ Ustanovení čl. 3 odst. 3 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních, resp. ustanovení čl. 4 odst. 3 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁵⁷ Ustanovení čl. 5 odst. 3 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

kteří mají méně než deset zaměstnanců a roční obrat nižší než 2 miliony eur.⁵⁸ Důvodem je snaha neúměrně nezatížit nejmenší podniky dodatečnými administrativními náklady s těmito požadavky spojenými.⁵⁹ Toto řešení považuji za vhodný způsob, jak mikropodnikům umožnit soustředit se na vlastní činnost a další rozvoj, aniž by, vzhledem k jejich omezené velikosti, byla významněji ohrožena ochrana spotřebitelů.

Pravidla pro užívání environmentálních tvrzení soutěžitelé vedle navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních upravuje i **novela směrnice o nekalých obchodních praktikách**, kterou musí členské státy transponovat do dne 27. března 2026.⁶⁰ Novela směrnice o nekalých obchodních praktikách dopadá na všechny osoby, na rozdíl od navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních tedy i na mikropodniky. Obecná pravidla pro environmentální tvrzení, stejně jako ochrana spotřebitelů postižených nekalými obchodními praktikami, se tak budou vztahovat i na ty nejmenší soutěžitele.

Novela směrnice o nekalých obchodních praktikách vymezuje základní pojmy, jako je například environmentálních tvrzení⁶¹ či obecné environmentální tvrzení.⁶² Mezi případy, kdy bude obchodní praktika považována za klamavou z důvodu, že může uvést průměrného spotřebitele v omyl, ačkoli sdělené informace jsou fakticky správné, a tím ho přimět k rozhodnutí o koupi, které by jinak neučinil, řadí mimo jiné „*uvedení environmentálního tvrzení týkajícího se budoucího vlivu na životní prostředí bez jasných, objektivních, veřejně dostupných a ověřitelných závazků stanovených v podrobném a realistickém plánu provádění, který zahrnuje měřitelné a časově vymezené cíle a další relevantní prvky nezbytné k podpoře jeho provádění, jako je přidělování zdrojů, a který je pravidelně ověřován nezávislým odborníkem třetí strany, jehož zjištění jsou zpřístupněna spotřebitelům*“.⁶³

Současně novela směrnice o nekalých obchodních praktikách doplňuje do přílohy I směrnice o nekalých obchodních praktikách nové obchodní praktiky považované za všech okolností za nekalé. Jsou jimi zejména:

- i. „*uvedení označení udržitelnosti, které se nezakládá na systému certifikace nebo není zavedeno orgány veřejné správy*“;⁶⁴ označení udržitelnosti by tak měla být ověřována třetí stranou, aby byla zajištěna jejich transparentnost a důvěryhodnost,⁶⁵

⁵⁸ Ustanovení čl. 2 odst. 3 doporučení Komise 2003/361/ES ze dne 6. května 2003 o definici mikropodniků, malých a středních podniků.

⁵⁹ Bod 3.2.2 důvodové zprávy navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁶⁰ Ustanovení čl. 4 odst. 1 novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁶¹ V ustanovení čl. 2 písm. o) novely směrnice o nekalých obchodních praktikách jako „*jakékoli sdělení nebo znázornění, které není povinné podle práva Unie ani vnitrostátního práva, v jakékoli formě, včetně textového, obrazového, grafického nebo symbolického znázornění, jako jsou štítky, obchodní značky, názvy společností nebo názvy produktů, v souvislosti s obchodním sdělením a které uvádí nebo naznačuje, že produkt, kategorie produktu, značka nebo obchodník mají pozitivní nebo nulový dopad na životní prostředí nebo na životní prostředí působí méně škodlivě než jiné produkty, kategorie produktů, obchodní značky nebo obchodníci, nebo že v průběhu času svůj dopad zlepšili*“.

⁶² V ustanovení čl. 2 písm. p) novely směrnice o nekalých obchodních praktikách jako „*jakékoli environmentální tvrzení uvedené v písemné nebo ústní formě, a to i prostřednictvím audiovizuálních prostředků, které není obsaženo v označení udržitelnosti a pokud specifikace tvrzení není uvedena jasným a výrazným způsobem na stejném nosiči*“.

⁶³ Ustanovení čl. 2 odst. 2 písm. d) novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁶⁴ Bod 1 přílohy novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁶⁵ Bod 7 preamble novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

- ii. „*uvedení obecného environmentálního tvrzení, u kterého obchodník není schopen prokázat uznávaný vynikající environmentální profil relevantní pro dané tvrzení*“;⁶⁶ označení produktu jako například „*zelený*“, „*přátelský k přírodě*“, „*ekologický*“ či „*biologicky rozložitelný*“, případně tvrzení podpořená nepřímými náznaky, jako jsou barvy nebo obrázky, tedy budou soutěžitelé povinni doprovázet jasným a konkrétním vysvětlením dokládajícím vynikající environmentální vlastnosti daného produktu,⁶⁷
- iii. „*uvedení environmentálního tvrzení o celém produktu nebo o celém podniku obchodníka, pokud se ve skutečnosti týká pouze určitého aspektu produktu nebo specifické činnosti podniku obchodníka*“;⁶⁸ soutěžitelé tak budou povinni poskytovat přesné a ověřitelné informace nepřeceňující přínos jich samotných či jejich produktu pro životní prostředí, naopak například tvrzení „*vyrobený s použitím recyklovaného materiálu*“ v případě, že je s použitím recyklovaného materiálu vyroben pouze obal produktu, bude zakázáno,⁶⁹ či
- iv. „*tvrzení založené na kompenzaci emisí skleníkových plynů, že produkt má neutrální, snížený nebo pozitivní dopad na životní prostředí, pokud jde o emise skleníkových plynů*“;⁷⁰ tvrzení jako „*klimaticky neutrální*“, „*uhlíkově pozitivní*“ či „*se sníženým dopadem na klima*“ by tak měla být povolena jen pokud jsou založena na skutečném dopadu produktu na životní prostředí, a to během celého jeho životního cyklu, a nikoli na kompenzaci emisí skleníkových plynů, o které by mělo být informováno transparentně.⁷¹

Popsaný vývoj na úrovni legislativy Evropské unie značí zejména zvýšený důraz na ochranu spotřebitelů před *greenwashingem* a s tím související vyšší požadavky na důvěryhodnost environmentálních tvrzení. Novela směrnice o nekalých obchodních praktikách nově mimo jiné zapovídá používání environmentálních označení nezaložených na systému certifikace nebo nezavedených orgány veřejné správy, dále obecných, neprokazatelných či zobecňovacích environmentálních tvrzení či environmentální tvrzení založená výhradně na kompenzacích skleníkových plynů, nikoli na skutečném dopadu v rámci životního cyklu produktu, aniž by to bylo spotřebitelům transparentně sděleno. Významně tak omezuje prostor pro užívání environmentálních tvrzení a poskytuje silný nástroj ochrany spotřebitelů.

Navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních má však jinou ambici, cílí především na stanovení jasných a podrobných pravidel pro posuzování věrohodnosti, úplnosti a ověřitelnosti těchto tvrzení. Její přidaná hodnota je proto zejména v nastavení standardů pro transparentní a spolehlivou komunikaci environmentálních vlastností produktů. Ačkoli další osud navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních zůstává nejistý, lze usuzovat, že trend zpřísňování požadavků na environmentální

⁶⁶ Bod 2 přílohy novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁶⁷ Bod 9 preambule novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁶⁸ Bod 2 přílohy novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁶⁹ Bod 11 preambule novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁷⁰ Bod 2 přílohy novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁷¹ Bod 12 preambule novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

tvrzení je zřetelný a pravděpodobně bude pokračovat. V případě přijetí by směrnice o environmentálních tvrzeních představovala důležitý krok směrem k větší odpovědnosti soutěžitelů v oblasti udržitelnosti.

4. ZVLÁŠTNÍ POŽADAVKY KLADENÉ NA REKLAMY OBSAHUJÍCÍ ENVIRONMENTÁLNÍ TVRZENÍ TÝKAJÍCÍ SE KLIMATU

Navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních zdůrazňuje, že různé typy environmentálních tvrzení vyžadují různé úrovně doložení.⁷² Přísněji než na ostatní podmnožiny environmentálních tvrzení nahlíží na environmentální tvrzení týkající se klimatu,⁷³ například „*klimaticky neutrální*“, „*uhlíkově neutrální*“ či „*mající 100% kompenzované emise CO₂*“.⁷⁴

Důvodem pro tento přístup je zejména využívání kompenzačních opatření,⁷⁵ tedy započtení emisí oxidu uhličitého či jiných skleníkových plynů produkovaných soutěžitelem s emisemi sníženými či odstraněnými v jiném projektu (typicky se jedná o oblast lesnictví či obnovitelných zdrojů energie) místo toho, aby soutěžitelé vyvíjeli snahu k účinnému snižování emisí ve svých provozech a hodnotových řetězcích.⁷⁶

Dle navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních jsou navíc soutěžiteli užívané metodiky k výpočtu vyrovnání emisí skleníkových plynů prostřednictvím kompenzačních opatření často netransparentní, nepřesné a nekonzistentní a u jednotlivých subjektů značně odlišné. Proto označuje environmentální tvrzení týkající se klimatu za „*obzvláště náchylná k tomu, aby byla nejasná a nejednoznačná a uváděla spotřebitele v omyl*“.⁷⁷

Tyto skutečnosti vedou navrhovanou směrnici o environmentálních tvrzeních k požadavku předkládání environmentálních tvrzení týkajících se klimatu u soutěžitelů užívajících kompenzační opatření transparentně, s jasným oddělením kompenzovaných emisí od emisí vlastních, s informací, zda kompenzace souvisí se snížením emisí nebo se zvýšením pohlcování, a s uvedením použité metodiky.⁷⁸

Jak již bylo uvedeno, novela směrnice o nekalých obchodních praktikách přidává do přílohy I směrnice o nekalých obchodních praktikách „*tvrzení založené na kompenzaci emisí skleníkových plynů, že produkt má neutrální, snížený nebo pozitivní dopad na životní prostředí, pokud jde o emise skleníkových plynů*“ jako obchodní praktiku vždy

⁷² Bod 6.2 důvodové zprávy navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁷³ Oproti tomu např. Záhumenská mezi environmentálními tvrzeními a klimatickými tvrzeními nijak nerozlišuje (ZÁHUMENSKÁ, V. Ochrana spotřebitelů před klamavými environmentálními tvrzeními. *Soukromé právo*. 2023, roč. 8, č. 12, s. 5–15).

⁷⁴ Bod 21 preambule navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁷⁵ Rovněž nazývaných *offsety skleníkových plynů*.

⁷⁶ Příkladem kompenzačních opatření může být výsadba stromů, zachycování a ukládání uhlíku či podpora obnovitelných zdrojů energie v rozvojových zemích.

⁷⁷ Bod 21 preambule navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

⁷⁸ Bod 21 preambule navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních; ustanovení čl. 5 odst. 6 navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních.

považovanou za nekalou.⁷⁹ Environmentální tvrzení týkající se klimatu by tedy měla být užívána výhradně v případech, kdy zohledňují skutečné dopady produktu během jeho životního cyklu a nevychází z kompenzace emisí skleníkových plynů.⁸⁰

Podobně jsou environmentální tvrzení týkající se klimatu vnímána i ve Spolkové republice Německo, kde je právní úprava velmi podobná té české. Nejzásadnějším německým právním předpisem v tomto odvětví je totiž zákon proti nekalé soutěži,⁸¹ jehož současné znění z podstatné části vychází ze směrnice o nekalých obchodních praktikách, v České republice transponované novelou zákona o ochraně spotřebitele. K požadavkům kladeným na reklamy obsahující environmentální tvrzení týkající se klimatu se v rozhodnutí ze dne 27. června 2024, sp. zn. I ZR 98/23, označovaném jako přelomové,⁸² vyjádřil Spolkový soudní dvůr.

Žalovanou byla společnost vyrábějící ovocné žvýkačky a lékořicové výrobky, jež v reklamě otištěné v časopise dne 19. února 2021 uvedla, že „od roku 2021 vyrábí všechny výrobky klimaticky neutrálním způsobem“.⁸³ Své tvrzení doplnila označením „klimaticky neutrální“,⁸⁴ stejně jako QR kódem odkazujícím na webovou stránku obsahující informace o deklarované klimatické neutralitě a kompenzačních opatřeních využívaných žalovanou.

Žalobkyní byla Centrála pro boj proti nekalé soutěži, která označila tvrzení žalované za problematické pro klamavost a zamlčování podstatných informací. Žalobkyně vyjádřila názor, že spotřebitel oslovený předmětnou reklamou bude předpokládat, že výroba žalované je „bezemisní“,⁸⁵ zatímco tvrzené „klimatické neutrality“ může žalovaná, v nejlepším případě, dosáhnout prostřednictvím kompenzačních opatření, a že této nejednoznačnosti by se žalovaná měla vyhnout upozorněním na využívání kompenzačních opatření. Žalobkyně se v žalobě domáhala především toho, aby žalovaná do budoucna upustila od problematických výroků.

Žaloba byla zamítnuta Zemským soudem v Kleve, stejně jako následné odvolání k Vrchnímu zemskému soudu v Düsseldorfu, a to zejména s odůvodněním, že jednak žalovaná výslovně netvrdila neuvolňování oxidu uhličitého při výrobě jejích produktů ani nezamřčela žádné informace podstatné pro tvoření nákupního rozhodnutí spotřebitelů, jednak „*přiměřeně pozorný a přiměřeně dobře informovaný spotřebitel, který je zde cílovou skupinou, chápe pojem ‚klimaticky neutrální‘ spíše ve smyslu vyvážené balance emisí oxidu uhličitého společnosti*“.

Spolkový soudní dvůr, jakožto dovolací soud, nicméně v rozhodnutí ze dne 27. června 2024, rozhodl ve prospěch žalobkyně. Zdůraznil, že dle ustálené judikatury se přísné požadavky ohledně přesnosti, jednoznačnosti a srozumitelnosti kladené na reklamu týkající se zdraví mají obdobně aplikovat rovněž na reklamu využívající výrazy a symboly

⁷⁹ Bod 2 přílohy novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁸⁰ Bod 12 preambule novely směrnice o nekalých obchodních praktikách.

⁸¹ V německém jazyce „*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*“.

⁸² Např. PODSZUN, R. – ROHNER, T. *Nachhaltigkeit und Recht*. München: C. H. Beck, 2024, s. 334.

⁸³ V německém jazyce „*Seit 2021, produziert [die Beklagte] alle Produkte klimaneutral*“.

⁸⁴ V německém jazyce „*Klimaneutral*“.

⁸⁵ V německém jazyce „*Emissionsfrei*“.

související s ochranou životního prostředí.⁸⁶ Z tohoto důvodu je u environmentálních tvrzení třeba dbát na vyšší míru informování o významu a výkladu použitých výrazů a symbolů.

Dle vyjádření Spolkového soudního dvora je skutečně možné pojem „*klimaticky neutrální*“ vykládat ve smyslu jak „*vyráběný bez emisí oxidu uhličitého*“, tak „*vyráběný s vyváženou bilancí emisí oxidu uhličitého*“. Jde proto o pojem nejednoznačný, což vzhledem ke značnému riziku uvedení v omyl environmentálním tvrzením vede k zvýšeným požadavkům kladeným na poskytnutí vysvětlujících informací, jejichž jasnost a viditelnost povedou ke správnému pochopení předmětného environmentálního tvrzení. To však žalovaná v předmětné reklamě neučinila. Skutečnost, že se o využívání kompenzační opatření pro dosažení „*klimatické neutrality*“ žalovanou mohli spotřebitelé dozvědět po navštívení v reklamě odkazované webové stránky, označil Spolkový soudní dvůr za nedostačující.

Jednání žalované Spolkový soudní dvůr označil za nekalou obchodní praxi, přesněji klamavé konání,⁸⁷ kterého se žalovaná dopustila uvedením nejasných a nejednoznačných informací. Vzhledem k tomu, že užívání nekalých obchodních praktik je zakázáno,⁸⁸ vyhověl Spolkový soudní dvůr žalobě a další užívání předmětné reklamy žalované zapověděl.

Z uvedeného rozhodnutí vyplývá zejména požadavek na soutěžitele uvádět environmentální tvrzení týkající se klimatu jasně a jednoznačně, aby se spotřebitelé při interpretaci tohoto tvrzení nemohli odchýlit od zamýšleného významu. Novela směrnice o nekalých obchodních praktikách zakazuje užívání environmentálních tvrzení týkajících se klimatu, pokud je tvrzená výhodnost pro životní prostředí založená pouze na kompenzacích emisí skleníkových plynů. Rovněž navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních by měla výslovně zakotvit požadavek užívání environmentálních tvrzení týkajících se klimatu výhradně transparentním způsobem, neboť, stejně jako Spolkový soudní dvůr, vnímá environmentální tvrzení týkající se klimatu jako zvláštní kategorii zasluhující větší opatrnost.

Domnívám se nicméně, že pravidla dovozená Spolkovým soudním dvorem by, především vzhledem ke stejnému východisku i obsahu německé a české aplikovatelné právní úpravy, mohla být již nyní použitelná na environmentální tvrzení týkající se klimatu v České republice. Nejasné či nejednoznačné environmentální tvrzení týkající se klimatu je dle mého názoru způsobilé naplnit vymezení zakázaného klamavého konání dle ustanovení § 5 odst. 2 písm. b) zákona o ochraně spotřebitele, a tedy být zakázanou nekalou obchodní praktikou dle ustanovení § 4 odst. 3 zákona o ochraně spotřebitele. Neuvedení využívání kompenzačních opatření pro dosažení „*klimatické neutrality*“ by pak mohlo být označitelné za klamavé opomenutí dle ustanovení § 5a odst. 1, 2 zákona o ochraně spotřebitele, a tedy rovněž být zakázanou nekalou obchodní praktikou dle ustanovení § 4 odst. 3 zákona o ochraně spotřebitele.

⁸⁶ Přičemž odkázal mimo jiné na rozhodnutí německého Spolkového soudního dvora ze dne 20. října 1988, sp. zn. I ZR 238/87.

⁸⁷ Dle ustanovení § 5 odst. 1 německého zákona proti nekalé soutěži, které odpovídá ustanovení § 5 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele.

⁸⁸ Dle ustanovení § 3 odst. 1 německého zákona proti nekalé soutěži, které odpovídá ustanovení § 4 odst. 3 zákona o ochraně spotřebitele.

ZÁVĚR

Cílem mého článku bylo zkoumání mantinelů, které pro užívání environmentálních tvrzení vymezuje stávající česká právní úprava, dále analyzovat změny přinášené novelou směrnice o nekalých obchodních praktikách a potenciálně i navrhovanou směrnicí o environmentálních tvrzeních a nakonec zaměřit pozornost na jednu z podmnožin environmentálních tvrzení, na environmentální tvrzení týkající se klimatu. Při tom jsem vycházela mimo jiné ze zdrojů Spolkové republiky Německo, neboť tamější právní úprava je velmi podobná té české a užívání environmentálních tvrzení je tam zkoumáno od osmdesátých let dvacátého století.

Z provedené analýzy vyplývá, že ačkoli dosavadní česká právní úprava neobsahuje výslovná pravidla pro užívání environmentálních tvrzení, lze již nyní usuzovat, že některá problematická environmentální tvrzení by mělo být možné postihovat. V úvahu by připadalo jejich posouzení buď jako nekalé obchodní praktiky dle zákona o ochraně spotřebitele, nebo jako nekalosoutěžní jednání dle občanského zákoníku. Aby tomu soutěžitelé zabránili, musí poskytovat zejména pravdivá, konkrétní a nezavádějící tvrzení, která nejsou neúplná, nejasná ani nesrozumitelná.

Evropská unie zejména ve snaze o ochranu spotřebitelů před *greenwashingem* a o větší důvěryhodnost environmentálních tvrzení směřuje k přesnějšímu vymezení podmínek pro užívání environmentálních tvrzení. Novela směrnice o nekalých obchodních praktikách, kterou mají členské státy transponovat do dne 27. března 2026, vedle jiného označuje užívání nepodloženého environmentálního tvrzení týkajícího se budoucího vlivu na životní prostředí za klamavou obchodní praktiku a mezi jednání vždy považovaná za nekalou obchodní praktiku řadí užívání označení udržitelnosti neověřovaného třetí stranou, nepodloženého obecného environmentálního tvrzení, nepravdivého zobecňovacího environmentálního tvrzení či netransparentního tvrzení založeného na kompenzaci skleníkových plynů. Navrhovaná směrnice o environmentálních tvrzeních pak především formuluje požadavky na jejich spolehlivost, srozumitelnost, podloženost a porovnatelnost. Ačkoli přijetí navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních zůstává nejisté, stejně jako její případná finální podoba, trend směřující ke zpřísnění pravidel pro environmentální tvrzení je patrný a lze očekávat jeho pokračování.

Zvláštní pozornost byla věnována environmentálním tvrzením týkajícím se klimatu. Ta jsou podle novely směrnice o nekalých obchodních praktikách, navrhované směrnice o environmentálních tvrzeních i soudní praxe ve Spolkové republice Německo, jejíž závěry mám pro obdobný právní rámec za využitelné i v českém právním kontextu, považována za obzvláště náchylná ke klamání spotřebitelů. Na tento typ tvrzení by proto měly být kladeny zvláštní nároky tak, aby byla jasně vysvětlena a transparentně doložena a nezakládala se pouze na kompenzačních opatřeních. V opačném případě by se soutěžitel mohl dopustit klamavého konání či klamavého opomenutí dle zákona o ochraně spotřebitele.

Z výše uvedeného plyne, že soutěžitelé, kteří využívají environmentální tvrzení, by měli věnovat zvýšenou pozornost nejen jejich obsahu, ale i formě a způsobu sdělení. Již nyní by totiž zřejmě bylo možné postihovat problematická environmentální tvrzení na základě současné právní úpravy tak, jak je tomu ve Spolkové republice Německo

s prakticky tímž právním rámcem. Změny, jež přinese legislativa Evropské unie, by pak měly, prostřednictvím nezřídka velmi konkrétně vymezených pravidel, přinést především větší právní jistotu soutěžitelům environmentální tvrzení užívajícím.

Mgr. Bc. Magdalena Hamáčková
Právnická fakulta Univerzity Karlovy
magdalena.hamackova@prf.cuni.cz
ORCID: 0009-0003-5184-6954