
Asociace
udržitelného
podnikání
Komunikace udržitelnost bez rizika
Jak na zelená tvrzení v praxi
18.9.2026

Obsah setkání

Asociace udržitelného podnikání

CÍL: Vyznat se v pravidlech komunikace udržitelnosti

1. ORIENTACE

- Zelená tvrzení a certifikace
- Proč na tom záleží: rizika a příležitosti

2. PRAVIDLA

- Regulatorní mapa
- ISO 14021:2026 jako šikovný nástroj

3. PRAXE

- Struktura tvrzení
- Pojďme si vyzkoušet, jak na to

4. GOVERNANCE

- Interní pravidla a odpovědnost
- A co agentury?

Závěr: co můžete udělat hned teď + Q&A

Kdo jsme

Asociace udržitelného podnikání



Martina Balazs
Circl‘it



Edita Šilhánová
COM.SE Consulting

COM.SE Consulting

circl'it

Asociace udržitelného podnikání

Asociace udržitelného podnikání

Byznys & udržitelnost — **obsahová a informační platforma** byznysudrzitelnost.cz

EDU — **odborné vzdělávání** v oblasti udržitelnosti a řízení rizik

ESG Klub — **networkingová platforma** manažerů udržitelnosti a řídících pracovníků firem

Akce — pracovní a diskusní setkání / konference na aktuální a relevantní témata

Podpora konkurenceschopnosti českých firem pomocí integrace principů udržitelného podnikání do firemního prostředí.

COM.SE Consulting

ESG, UDRŽITELNÉ a ODPOVĚDNÉ podnikání

- Komplexní poradenství v ESG/udržitelnosti
- Risk management
- Strategie udržitelnosti a její implementace
- Koncepce udržitelnosti pro malé a střední firmy
- ESG reporting a příprava na něj
- Vzdělávání a komunikace
- Interim manažer udržitelnosti/ESG
- Autorizovaný subjekt MŽP pro profesní kvalifikaci Manažer/ka udržitelnosti

Edita Šilhánová



Marie Zemanová



www.commonsense.cz

www.byznysudrzitelnost.cz www.asociaceup.cz

circl'it

European Reusable Packaging Platform

Člen:

New European Reuse Alliance

Asociace udržitelného podnikání

HLAVNÍ ČINNOSTI

- Optimalizace obalových portfolií
- Distribuce opakovaně použitelných obalů
- Full servis pro implementaci obalů, vč. obalových auditů, zelené komunikace, školení, příprava na požadavky PPWR, obalových LCA
- Implementace cirkulárních obalových modelů



Martina Balazs

Spojme se

Co si z dnešního workshopu odnesete

Co si dnes odnesete

Asociace udržitelného podnikání

Oko – všimnete si rizikového tvrzení.

Otázky – budete vědět, na co se ptát a co ověřit.

Postup – získáte rámec pro kontrolu a úpravu tvrzení.

Nástroj – odnesete si checklist pro vlastní praxi.



Asociace udržitelného podnikání

Strategie. Souvislosti. Struktura. Governance.

Zelená tvrzení
Green Claims

Zelené tvrzení (green claim)

Asociace udržitelného podnikání

Jakékoli sdělení, které komunikuje udržitelnost =

sděluje naše cíle, plány, aktivity, výsledky, spojené s

dopadem na životní prostředí a společnost.

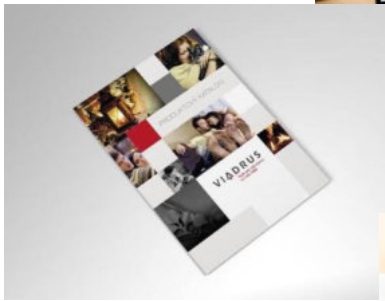
Nejen obal a nejen FMCG

Asociace udržitelného podnikání

Produktová komunikace:

- *Obal a etiketa*
- *E-shop*
- *Katalogy*
- *Místo prodeje (POSM)*
- *Sociální sítě*
- *Reklamní spoty*
- *Prezentace a nabídky*
- *Produktové listy*









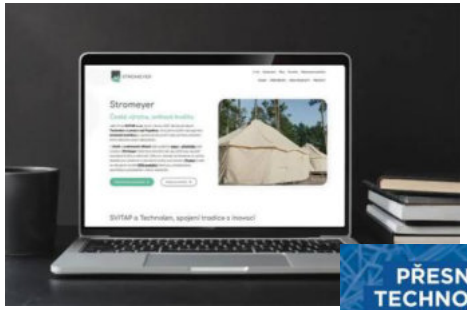


Nejen obal a nejen FMCG

Asociace udržitelného podnikání

Firemní komunikace:

- *Firemní web*
- *Výroční zpráva*
- *Zpráva o udržitelnosti*
- *Tiskové zprávy*
- *Employer branding*
- *Prezentace investorům*
- *Interní komunikace*









Nejen obal a nejen FMCG

Asociace udržitelného podnikání

Různé podoby:

- *Text*
- *Název produktu*
- *Slogan*
- *Symbol a značka*
- *Barva*
- *Srovnání*
- *Graf*
- *Video*
- *Celkový dojem*



Certifikace a labels



Asociace udržitelného podnikání

EU:

50 % certifikací nemá řádnou verifikaci

40 % tvrzení postrádá důkazy

Zdroj: Evropská komise

Zelená komunikace nabývá na významu

Asociace udržitelného podnikání

TRH

- roste zájem o udržitelnější produkty a služby
- důvěryhodná komunikace pomáhá odlišit značku

FIRMA A LIDÉ

- udržitelnost vstupuje do řízení i marketingu
- zajímá zaměstnance i potenciální talenty

DŮVĚRA A PRAVIDLA

- přibývá greenwashingu i veřejné kontroly
- sílí tlak regulátorů a spotřebitelských organizací

Udržitelnost není okrajové téma.

A zelená komunikace není bez rizika.

Proč na tom záleží?

Asociace udržitelného podnikání

Příležitost

- Důvěryhodnost
- Dlouhodobá hodnota značky
- Interní klid - těžko na cvičišti lehko na bojišti

Riziko

- Sankce, spory, stahování kampaní
- Náklady (revize, stahování)
- Ztráta důvěry zákazníků / spotřebitelů
- Reputační dopad na značku

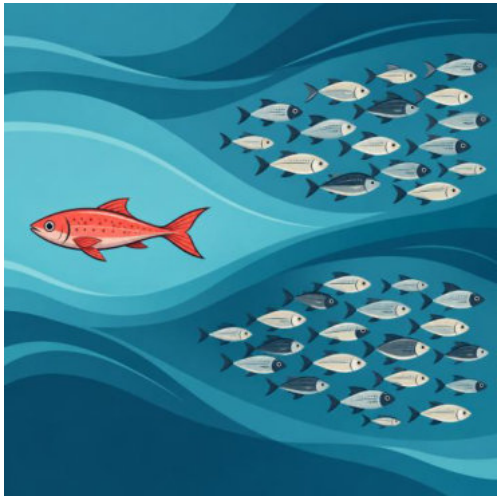
Komunikace udržitelnosti = riziko i příležitost

Proč na tom záleží?

Asociace udržitelného podnikání

Kvalita komunikace udržitelnosti je na trhu stále velmi nevyrovnaná

– důsledná, konkrétní a doložitelná komunikace proto může být zdrojem odlišení.



Komunikace udržitelnosti = riziko i **příležitost**

Regulatorní mapa

Hranice - legislativa

Asociace udržitelného podnikání

Základ: OCHRANA SPOTŘEBITELE

Zákon o ochraně spotřebitele, Občanský zákoník, Zákon o regulaci reklamy

Směrnice o právech spotřebitelů, Směrnice o nekalých obchodních praktikách

- Zákaz nekalých obchodních praktik, klamání spotřebitelů / vyvolávání mylného dojmu

Nová obecná pravidla: Empowering Consumers for the Green Tranistion Directive

Směrnice (EU) 2024/825, účinnost 27.9.2026

- Zpřesnění pravidel pro enviro tvrzení, zpřesnění okruhu klamavých obchodních praktik, sankce

Sektorová pravidla: např. obalová legislativa

Nařízení o obalech a obalových odpadech, PPWR č. (EU) 2025/40

- Zvláštní pravidla pro různé druhy produktů / různá odvětví

ISO 14021:2026 - nástroj pro dobrou praxi

Asociace udržitelného podnikání

Dobrovolný standard pro vlastní environmentální tvrzení o produktech

Pomáhá nastavit:

- přesnost a konkrétnost tvrzení
- relevantnost environmentálního přínosu
- jasné vymezení rozsahu a podmínek
- ověřitelnost a dostupnost důkazů
- správné používání vybraných pojmů a symbolů

Regulatorní mapa zelených tvrzení

Asociace udržitelného podnikání

	Co řeší	Kontrolní otázka
Ochrana spotřebitele	Klamání a podstatné informace	Je celkový dojem pravdivý a úplný?
Nová pravidla EU	Zakázaná a podmíněná zelená tvrzení	Nejde o rizikový typ tvrzení nebo labelu?
Sektorová regulace	Požadavky podle produktu nebo oboru	Platí pro tvrzení zvláštní pravidla?
ISO 14021:2026	Jak tvrzení vytvořit a doložit	Je tvrzení konkrétní, relevantní a ověřitelné?

Právo stanoví hranice. Sektorová pravidla je zpřesňují.
ISO pomáhá vytvořit kvalitní a důvěryhodný claim.

Regulatorní mapa - shrnutí

Asociace udržitelného podnikání

Legislativa se neposouvá k zákazu zelených tvrzení, ale k povinnosti tvrzení prokázat.

Podstatné je:

- ☑ Je tvrzení konkrétní?
- ☑ Je tvrzení podloženo důkazy?
- ☑ Jsou důkazy aktuální?
- ☑ Rozumí tvrzení běžný spotřebitel?
- ☑ Nevyvolává tvrzení mylný dojem?

Jak na to?

Normy ISO: standardizovaný návod jak na to

Asociace udržitelného podnikání

ISO 14020
zastřešuje environmentální značky a prohlášení

- ISO 14024 - Typ I: Environmentální značky (ecolabels)
- **ISO 14021 - Typ II: Vlastní environmentální tvrzení**
- ISO 14025 - Typ III: Environmentální prohlášení (EPD)

ISO 14021:2026

Uvádí výrobce, dovozci, distributoři nebo prodejci **bez zapojení třetí strany**.

Návod na:

- Konkrétní **formulace**
- Použití **symbolů**
- Požadavky na **ověřitelnost**

Specifické požadavky pro vybraná tvrzení

Asociace udržitelného podnikání

22 kapitol

8.1 Obecné
8.2 Navrženo pro demontáž a opětovné složení
8.3 Navrženo pro rozebrání
8.4 Získaný (využitý) materiál
8.5 Recyklovaný obsah
8.6 Tvrzení „bez…“ (neobsahuje látku)
8.7 Získaná (využitá) energie
8.8 Obnovitelný materiál
8.9 Obnovitelná energie
8.10 Biologického původu (bio-based)
8.11 Opakovaně použitelné
8.12 Znovu plnitelné
8.13 Opravitelné
8.14 Kompostovatelné
8.15 Rozložitelné (degradovatelné)
8.16 Biologicky rozložitelné
8.17 Recyklovatelné
8.18 Prodloužená životnost výrobku
8.19 Snižování odpadu
8.20 Snížené využívání zdrojů
8.21 Snížená spotřeba energie výrobků
8.22 Snížená spotřeba vody výrobky

Struktura zelených tvrzení

4 klíčové komponenty tvrzení

Asociace udržitelného podnikání

1

JÁDRO TVRZENÍ

Co tvrdíme

2

KVALIFIKACE

Čím je tvrzení upřesněno

3

VYSVĚTLUJÍCÍ PROHLÁŠENÍ

Proč to platí

4

REFERENCE / ZDROJ

Čím je doloženo

Všechny 4 části dohromady = podložené tvrzení

Pustili byste toto tvrzení?



Špatně

- Ne všechny komponenty obalu jsou 100% recyklovatelné ani ze 100 % recyklované
- Chybí kvalifikace: které části obalu se údaj týká (láhev, etiketa, víčko)
- Chybí reference: čím je podíl recyklátu doložen

Dělali méně než říkali a klamali zákazníky.

Zdroj: European Consumer Organisation

Pustili byste toto tvrzení?

„Život bez fosilních paliv za jednu generaci“ použito jako celkový positioning, v kampaních i zprávách o udržitelnosti



Špatně:

- Nespecifické tvrzení: bez měřitelného cíle a termínu
- Nepomůže ani konkrétní plán a aktivity: rozhoduje formulace tvrzení
- Chybí kvalifikace a reference: čeho se závazek týká a čím je doložen

Dělali hodně, ale nepřesně komunikovali: bez upřesnění je i upřímný závazek zavádějící

Zdroj: the Netherlands Authority for Consumers and Markets

Data nejsou tvrzení

Data nejsou tvrzení

Asociace udržitelného podnikání

Produktový manažer chce zveřejnit výsledky své práce a říká komunikačnímu týmu:

„Za poslední rok jsem snížil spotřebu materiálu ve svém portfoliu o 1 tunu.“

Co potřebujete znát, než tvrzení vytvoříte?

Správný kontext pro správné tvrzení

Asociace udržitelného podnikání

Co musíte znát	Náš příklad
Předmět tvrzení	Obaly v portfoliu šamponů
Vůči čemu	z 5 na 4 tuny (−20 %)
Období	2024 vs. 2025
Materiál	Plast HDPE
Jak jsme toho dosáhli	Tenkostěnné lahve, kvalita zachována

Než tvrzení zveřejníte, ověřte:

- ✓ Je to významný dopad, ne detail
- ✓ Máme data a doložitelný zdroj
- ✓ Přínos platí i v celkovém kontextu

Pojďte si to vyzkoušet

Jak budeme postupovat ?

Asociace udržitelného podnikání

CÍL: vyzkoušet si tvoření tvrzení.

NE dospět za pár minut k perfektnímu tvrzení.

Příprava

- Každý má 1 tvrzení / 1 téma
- Napište si ho
- Pracujete ve dvojicích – určete si teď s kým

3 kroky

- 2 kola samostatná práce
- 1 kolo: výměna s partnerem
- Společný debrief

Náhradní tvrzení (vyberte si jedno z nich)

Asociace udržitelného podnikání

1. Produkt: láhev na šampon

Kontext:
Výrobce změnil obal šamponu. Nová láhev obsahuje **50 % recyklovaného plastu**. Hmotnost láhve se zároveň snížila z 24 g na 20 g. Víčko je stále z primárního PP. Výrobce má specifikaci od dodavatele obalu potvrzující podíl recyklátu.

Nedokonalý výchozí claim:
„Ekologičtější obal pro náš šampon.“

2. Firma: snížení emisí z provozu

Kontext:
Firma provozuje kanceláře a sklad v ČR. Mezi lety 2023 a 2025 snížila emise **Scope 1 a Scope 2 o 32 %**, zejména díky změně vytápění skladu a nákupu elektřiny z obnovitelných zdrojů. Výpočet provedl externí konzultant podle GHG Protocol. **Scope 3 není do výsledku zahrnut.**

Nedokonalý výchozí claim:
„Jsme zelenější firma. Snížili jsme naši uhlíkovou stopu o 32 %.“

4 klíčové komponenty tvrzení

Asociace udržitelného podnikání

1

JÁDRO TVRZENÍ

Co tvrdíme

2

KVALIFIKACE

Čím je tvrzení upřesněno

3

VYSVĚTLUJÍCÍ PROHLÁŠENÍ

Proč to platí

4

REFERENCE / ZDROJ

Čím je doloženo

Všechny 4 části dohromady = podložené tvrzení

Správné tvrzení 1: lehčí láhev šamponu

Asociace udržitelného podnikání

„Nová láhev našeho šamponu je o 17 % lehčí.“

KVALIFIKACE	Hmotnost láhve klesla z 24 g na 20 g oproti předchozí verzi. Týká se pouze láhve, nikoli víčka (stále primární PP).
VYSVĚTLUJÍCÍ PROHLÁŠENÍ	Úspora vznikla ztenčením stěny láhve při zachování funkce a kvality obalu.
REFERENCE	Specifikace obalu od dodavatele, 2025.

Pozn.: 50 % recyklátu jsme do tvrzení záměrně nezahrnuli – jedno tvrzení = jedno téma. Recyklovaný obsah vyžaduje vlastní kvalifikaci, doklad a vymezení (netýká se víčka).

Správné tvrzení 2: emise z provozu

Asociace udržitelného podnikání

„Snížili jsme emise z vlastního provozu o 32 %.“

KVALIFIKACE	Rozsah: Scope 1 a Scope 2 – kanceláře a sklad v ČR, roky 2023 vs. 2025. Scope 3 (dodavatelský řetězec) není zahrnut.
VYSVĚTLUJÍCÍ PROHLÁŠENÍ	Hlavní příčiny: změna vytápění skladu a nákup elektřiny z obnovitelných zdrojů.
REFERENCE	Výpočet externího konzultanta podle GHG Protocol.

Pozn.: Rozsah je uveden přímo v tvrzení. Neříkáme „snížili jsme uhlíkovou stopu firmy“ – bez Scope 3 by to bylo zavádějící.

Co si pamatovat ?

Asociace udržitelného podnikání

1. Klíčové je znát 4 komponenty struktury tvrzení.
2. Je užitečné se ptát a vyžadovat zodpovědnost za informace.
3. Je dobré mít všeobecný přehled o tématech ESG.

Komunikace udržitelnosti

Asociace udržitelného podnikání

Strategie. Souvislosti. Struktura. Governance.

Kdo nese interní odpovědnost?

Asociace udržitelného podnikání

- R &D
- Výroba
- Marketing
- Agentura
- Legal / compliance
- Agentura



Risk management a data management - nastavit proces / rozdělit odpovědnosti

- Vstupní data a informace
- Tvorba tvrzení dle pravidel
- Schvalovací tým a proces
- Komunikace
- Evidence storage

Bez vlastníka není odpovědnost. Bez důkazu není tvrzení. Bez dokumentace není obhajoba.

Jaká je role agentur?

- Klient dodává fakta, agentura nese odpovědnost za to, co vytvoří
- Odbornost a odborný úsudek
- Ptát se / prověřovat / zpochybňovat
- Upozornit na riziko
- Dokumentace
- Umět říct ne

V sázce je hodně:

Stažení / změna kampaně (klient)

Správní řízení a sankce (klient)

Poškození značky (klient)

Spotřebitelé a zákazníci (klient)

Reputace a ztráta důvěry (klient, agentura)

Odpovědnost za vadně poskytnutou službu (agentura)

Smluvní pokuty (agentura)

Ztráta klienta a špatné reference (agentura)

„Klient nám to schválil“ není dostatečný systém řízení rizika.

Závěr

Co můžete udělat hned teď

Asociace udržitelného podnikání

1 Zkontrolujte si vaše existující tvrzení

2 Vytvořte plán a nastavte priority: co je důležité pro vás a pro váš trh

3 Zapojte tým a dejte mu správné nástroje a znalosti

4 Stáhněte si náš praktický checklist

Checklist

Jak si poradit s vlastní komunikací

Asociace udržitelného podnikání

Praktické workshopy: od teorie k praxi

TAKTICKÁ KOMUNIKACE
Jak na zelená tvrzení

- Pro všechny, kdo pracují se slovy a podílejí se na tvorbě a komunikaci udržitelnosti
- Možnost zpracovat v rámci workshopu vlastní komunikační materiály

STRATEGICKÁ KOMUNIKACE
Strategie a řízení komunikace

- Pro ty, kdo se podílejí na strategickém směřování firemní a brandové komunikace
- Propojení strategie udržitelnosti s komunikačním plánem, rizika a příležitosti, vedení týmů k efektivní komunikaci

Více o workshopech
www.commonsense.cz

Naskenujte a vyberte si termín

Kdy: 21.10. a 25.11. 2026

ESG v praktických souvislostech

Asociace udržitelného podnikání

- **Jediný komplexní kurz určený pro manažery udržitelnosti na trhu**
- Od roku 2023 - více než 150 absolventů
- Přípravný kurz pro složení profesní zkoušky Manažer/ka udržitelnosti
- **IX. běh načíná 30.9.2026**



Eliška Matulová, Asitis (7. Běh)
„Děkuji Vám a celému týmu za kurz, skvělá organizace, praktické úkoly a prezentace. Byla jsem velice spokojená.“

Petra Ondrušová, Chief Sustainability Officer, Česká spořitelna, a.s. (2. běh)
„Kurz pokrývá celou komplexitu tématu udržitelnosti a je velmi dobře strukturovaný – jednotlivá probíraná témata na sebe logicky navazují a doplňují se. Kurz tak pomůže i těm, kdo se v udržitelnosti již pohybují, ale potřebují získat odstup od každodenních aktivit a focus na strategický pohled. Také sdílení zkušeností ze zavádění ESG do praxe v různých firmách a odvětvích bylo inspirativním aspektem pro mou další práci.“

COM.SE Consulting

Asociace udržitelného podnikání

circl'it



Děkujeme za pozornost a těšíme se na další setkávání nad tématy udržitelnosti.