

Podporujeme ekoznačky

1.12.2022 - | Ministerstvo životního prostředí ČR

Češi chtějí být ekologičtí, ale často neví, jak poznat ekologicky šetrné, přitom kvalitní výrobky.

A právě v tom jim pomáhají ekoznačky a jejich ambasador Ekolífek. Ten je také hlavní postavou zimní marketingové kampaně České informační agentury životního prostředí (dále CENIA). Kampaň startuje právě v těchto dnech a jejím cílem je v průběhu 2 let zvýšit povědomí spotřebitelů o ekoznačkách a získat nové držitele z řad producentů.

Ekoznačení, které spravuje příspěvková organizace Ministerstva životního prostředí CENIA, zahrnují národní značky **Ekologicky šetrný výrobek** a **Ekologicky šetrná služba** a celoevropskou ekoznačku **EU Ecolabel**. Její kritéria určuje přímo Evropská komise a certifikát výrobku má stejnou váhu na celém území EU.

„Ekoznačení nabývá na významu, protože většina lidí si uvědomuje, že čelíme bezprecedentní environmentální krizi, a bez nich jako spotřebitelů nemáme šanci tuto krizi vyřešit. Stále více spotřebitelů tedy vyhledává ekologické produkty, ale naráží na greenwashing a stigmata typu nižší kvalita a účinnost, které tyto výrobky a služby provází. Proto jsme povolali Ekolífka, aby nám tyto nešvary pomohl odbourat,“ uvedl při spuštění kampaně Miroslav Havránek, ředitel CENIA. Ta odstartovala s prvním prosincovým dnem.

Právě **Ekolífek** je zastřešujícím prvkem celé kampaně. Jedná se o fiktivní bytost, která se přihlásila, že s celým projektem pomůže. Je to tak trochu elf, trochu skřítek a trochu ent, je také průvodcem certifikace. Hlavně je ale hodně eko. Pro roli ambasadora celého projektu se tedy hodí výborně.

Chceme více ekoproduktů v českých obchodech

Jak toho chce kampaň dosáhnout? *„V první řadě budeme upozorňovat, že ekologický původ výrobku není na úkor kvality a účinnosti, jejichž prokázání je také součástí kritérií během certifikačního procesu. Zároveň budeme zdůrazňovat, že námi udělované ekoznačky mohou získat jen výrobky, které jsou opravdu ekologické během celého životního cyklu od výroby, přes užití až po recyklaci. Námi certifikované produkty si na ekologii nehrají, ale skutečně eko jsou,“* dodal Miroslav Havránek s tím, že tato sdělení jsou určena především pro koncového spotřebitele, což je první linkou kampaně.

Tou druhou je aktivní oslovení samotných producentů a jejich osvěta v oblasti ekoznačení a výhod, které přináší. *„V první řadě jsou ekoznačky, které uděluje CENIA, zaštitěny Ministerstvem životního prostředí a v případě ekoznačky EU také Evropskou komisí. Jejich získáním se okamžitě stanete členem prémiového klubu předních světových výrobců, kterým záleží na životním prostředí. Z toho plyne konkurenční výhoda, protože, jak bylo již uvedeno, zákazníci tyto produkty vyhledávají stále víc. Stále důležitější je pak tato certifikace v případě veřejných, tzv. zelených zakázek, kde veřejné instituce budou muset ekologickou šetrnost výrobků zohledňovat ve výběrových řízeních,“* upřesnil výhody Miroslav Havránek.

Fakticky se jedná o nejrozsáhlejší kampaň na propagaci ekoznaček v historii České republiky. Samotná kampaň bude probíhat v několika formách. začátek kampaně je spojen zejména s outdoor a online kampaní, která má za úkol přilákat zvýšenou pozornost k tomuto tématu. Zároveň se rozjede dlouhodobý direct marketing zacílený na producenty, ale také na prodejce s cílem získat pro

ekoprodukty větší prostor v jejich nabídce. Na zákazníky pak bude mimo jiné cílit série kontaktních akcí v prostorách obchodních center.

Více se o ekoznačení můžete dozvědět na www.ekoznacka.cz.

https://www.mzp.cz/cz/news_20221130_Podporujeme_ekozna%C4%8Dky