

Ekoznačky upozorní na ekologicky šetrné výrobky

16.12.2022 - | Ministerstvo životního prostředí ČR

Lidé budou moci lépe rozeznat ekologicky šetrné, a přitom kvalitní výrobky.

Nově jim v tom pomohou ekoznačky a jejich ambasador Ekolífek. Ten je hlavní postavou informační kampaně České informační agentury životního prostředí (CENIA) a Ministerstva životního prostředí. Kampaň odstartovala právě v těchto dnech a snaží se v průběhu dvou let zvýšit povědomí spotřebitelů o ekoznačkách a také získat nové držitele z řad producentů.

Ekoznačky, jejichž hlavním garantem je Ministerstvo životního prostředí a které spravuje CENIA, zahrnují národní osvědčení Ekologicky šetrný výrobek a Ekologicky šetrná služba a celoevropskou ekoznačku EU Ecolabel (Ekoznačka EU). Její kritéria určuje přímo Evropská komise a certifikát produktu má stejnou váhu na celém území EU.

„Naším hlavním cílem je, aby lidé dokázali jednoduše poznat výrobek, který je kvalitní a zároveň šetrný k přírodě. Jedná se o výrobky, které během celého svého životního cyklu nepoškozují životní prostředí. Třeba Ekoznačka EU slaví letos 30 let existence, ale povědomí o její existenci je v České republice velmi nízké, slyšelo o ní jen 16 % Čechů. Přitom se jedná o označení výrobků, jejichž kvalitu a ekologickou šetrnost garantuje přímo Evropská komise. Proto jsme přišli s propagační kampaní, která má během dvou let rozšířit povědomí českých spotřebitelů o ekoznačkách a motivovat další firmy s výrobky odpovídající kvality, aby používaly ekoznačku,“ vysvětluje ministr životního prostředí Marian Jurečka (KDU-ČSL).

Kampaň si klade za cíl zvýšit důvěru spotřebitelů v dané výrobky. Důležité proto je, aby měli dostatek informací, které jim pomohou se mezi jednotlivými výrobky zorientovat. *„Bez jasného označení skutečně šetrných produktů se zákazníci těžko orientují v nabídce. Zároveň chceme také rozptýlit pochybnosti lidí o kvalitě výrobků šetrných k životnímu prostředí. Hlavní postava naší kampaně je Ekolífek a přichází v době Vánoc, aby pomohl zjednodušit výběr a rozšířil množství ekovýrobků a ekoslužeb. Fakticky se v tomto případě jedná o nejrozsáhlejší kampaň na propagaci ekoznaček v historii České republiky,“* doplňuje ministr Jurečka. S kampaní se nyní spotřebitelé i producenti budou setkávat ve veřejném i online prostoru.

Ekolífek je zastřešujícím prvkem celé kampaně. Jedná se o fiktivní bytost, která se dobrovolně 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 víc ekoproduktů v českých obchodech Na pultech obchodů už dnes lze najít produkty, které se jako ekologické prezentují. Těch skutečně ekologických v celém svém životním cyklu je však poměrně málo. Jak tedy kampaň pomůže tuto situaci zlepšit? *„V první řadě upozorňujeme, že ekologický původ výrobku není na úkor kvality a účinnosti, jejichž prokázání je také součástí kritérií certifikačního procesu. Zároveň zdůrazňujeme, že námi udělované ekoznačky mohou získat jen výrobky a služby, které jsou opravdu ekologické během celého životního cyklu od výroby, přes užití až po recyklaci. Námi certifikované produkty si na ekologii nehrají, ale jsou skutečně eko,“* dodal ředitel České informační agentury životního prostředí Miroslav Havránek s tím, že tato sdělení jsou určena především pro koncového spotřebitele.

I producenty informuje kampaň o tom, jaké výhody jim ekoznačky přináší. „Základním pilířem je skutečnost, že ekoznačky, které uděluje CENIA, jsou zaštitěny Ministerstvem životního prostředí a v případě Ekoznačky EU také Evropskou komisí. Jejich získáním se okamžitě stanete členem prémiového klubu předních světových výrobců a poskytovatelů služeb, kterým záleží na životním prostředí. Z toho plyne konkurenční výhoda, protože, jak bylo již uvedeno, zákazníci tyto produkty vyhledávají stále víc. Důležitější je tato certifikace také v případě veřejných, tzv. zelených zakázek, kde veřejné instituce budou muset ekologickou šetrnost výrobků stále častěji zohledňovat ve výběrových řízeních,“ upřesnil výhody Miroslav Havránek.

Fakticky se v tomto případě jedná o nejrozsáhlejší kampaň na propagaci ekoznaček v historii České republiky. Samotná kampaň probíhá v několika formách. Začátek je spojen zejména s outdoorovou 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.

http://www.mzp.cz/cz/news_20221216_Ekoznacky-upozorni-na-ekologicky-setrne-vyroby