

Dobrovolné nástroje Environmentální značení

Ing. K. Remtová, CSc

Remtová et vse.cz

M- 603 330 702

Dobrovolné nástroje environmentální politiky

- DN environmentální politiky patří pod tzv. dobrovolné environmentální aktivity, tj. aktivity, jež podnik realizuje:
- --aniž by k nim byl přinucen legislativou
- --s účelem přispět ke snižování negativních vlivů jimiž působí na životní prostředí
- --zvýšení zisku, konkurenceschopnosti, image, atp.

Rozdělení dobrovolných environmentálních aktivit

DEA se liší jednotností své aplikace v praxi.

Limity stupnice představují:

- doporučené přístupy (začátek stupnice)
- dobrovolné nástroje (konec stupnice)

DP – nemají propracovaný závazný jednotný postup své aplikace v praxi.

Je pouze doporučen určitý způsob chování, jenž každý podnik realizuje svým způsobem (např. náhrada výrobku službou, rozšířená odpovědnost za výrobek apod.)

DP mohou časem přejít na DN (ekodesign, CSR)

Vymezení pojmu dobrovolné nástroje

DN jsou takové dobrovolné environmentální aktivity, jejichž aplikace v praxi byla na mezinárodní úrovni již natolik sjednocena, případně i znormalizována, že je vždy prováděna jednotným způsobem.

Patří sem nejrůznější metody, postupy, procesy, programy, prohlášení, značky, např.:

- metoda LCA, hodnocení možností CP,
- program EMAS, EMS, EZ a pod.

Problematika pojmu environmentální značení

- Pojem EZ jako takový není oficiálně definován
- Následkem je chaos a špatná orientace v existujícím množství nejrůznějších značek
- Obecný názor, že jde o značení se vztahem k životnímu prostředí, je příliš široký, neboť zahrnuje všechny značky s přírodními motivy i ty, které mají jen estetickou úlohu
- Pojem je třeba zúžit na značení, které vypovídá o vlivu či vlivech označeného subjektu na životní prostředí
- Nabízí se využít definicí z ISO 14020 o environmentální značce a environmentálním prohlášení

Environmentální značka a environmentální prohlášení

Jsou podle normy ISO 14020 definovány jako: takové značky a prohlášení, které poukazují na environmentální aspekty (EAs) výrobku nebo služby jinými slovy:

na vlivy, jimiž označený produkt (výrobek nebo služba) působí nebo by mohl působit na životní prostředí.

(Eas je v ISO 14000 definován jako prvek činnosti podniku, jenž má nebo může mít vliv na životní prostředí).

EZ lze potom definovat jako souhrn environmentálních značek a environmentálních prohlášení

Forma a umístění environmentálních značek a prohlášení

Podle ISO 14020 mohou environmentální značky a prohlášení mít podobu:

- sdělení, symbolu nebo obrazce

Umístěné mohou být na:

- výrobku
- obalu výrobku,
- v dokumentaci k výrobku,
- v reklamě k výrobku a pod.

Kategorizace EZ

1. Povinné EZ - vyplývá z legislativních předpisů, nespadá pod DN.
Cílem je upozornit na významnou vlastnost produktu často z hlediska zdraví, bezpečnosti, úspory zdrojů a pod. Jde o vlastnosti z nichž vyplývají i vlivy produktu na životní prostředí. Patří sem např. označení jedů, materiálové značky, R-a S-věty, energetické štítkování apod.
2. Dobrovolné EZ – spadá pod DN. Jedná se o 3 druhy EZ definované v dvacítkové dekádě norem ISO 14000.
Cílem je využít tržních mechanismů ke snižování nákupu a tím i výroby produktů negativně ovlivňujících životní prostředí na základě poskytování pravdivých informací o environmentálních aspektech produktu.

Typy EZ dle mezinárodních norem řady ISO 14000

- EZ typu I normalizované ČSN EN ISO 14024 (ekolabeling)
- EZ typu II normalizované ČSN EN ISO 14021 (vlastní environmentální tvrzení)
- EZ typu III normalizované ČSN EN ISO 14025 (environmentální prohlášení typu III, spadá do něj nově používané EPD)
- Všechny tři typy EZ se musí řídit 9 zásadami uvedenými v normě ISO 14020

EZ typ I (ekolabeling)

Nejstarší – vznikl v r.1978, normalizován až v r.2000 (ISO 14024), kdy už byl ve světě značně rozšířen

Def.: program 3.strany podle nějž jsou subjektům udělovány licence opravňující subjekty označovat ekoznačkou programy ty produkty, jež v rámci své kategorie splnily stanovená kritéria a snížily tak svůj negativní vliv na životní prostředí.

Ekoznačka má charakter ochranné známky a specifický vzhled pro daný program.

V současné době existuje ve světě cca 35 programů.

Ukázka environmentálního značení I. typu (ekolabeling)

Francie, Japonsko, Skandinávie, Indie, Nizozemí, Rakousko, EU, ČR, Singapur, Korea, USA, Tajvan, Německo, Nový Zéland



環保標章



行政院環保標章



Provádění ecolabelingu

Provozovatelem programu může být pověřena státní i soukromá organizace.

Hlavní činnosti provozovatele:

- stanovuje produktové kategorie, tj. skupiny alternativních (vzájemně zaměnitelných) produktů, např. barvy a laky ředěné vodou)
- pro každou produktovou kategorii stanoví tzv. směrnici, tj. soubor požadavků, které musí daný produkt splnit, aby mohl získat ekoznačku,
- splnění zadaných požadavků kontroluje akreditovaný ověřovatel a v kladném případě pak provozovatel propůjčí subjektu právo užívat ekoznačku programu po určitou dobu, většinou na 3 roky

EZ typ II

(vlastní environmentální tvrzení)

- Vznikl asi 20 let po typu I
- Def.: environmentální značka nebo prohlášení výrobců, maloobchodníků, distributorů, dovozců nebo další osoby, jež by z takového tvrzení mohla mít prospěch, které je vydáno bez certifikace třetí (nezávislou) stranou.
- Subjekty vytvářejí VET dle vlastního uvážení, ale musí dodržovat požadavky uvedené v ISO 14021. Není zde třeba vnější součinnosti.

EZ typ III

Nejnovější typ EZ – v r. 2000 ISO/TR 14025
v r. 2006 ISO 14025

Jde o environmentální prohlášení, které

- obsahuje ověřené kvantifikované údaje o vlivech produktu na životní prostředí,
- jež byly zjištěny metodou LCA podle předem zadaných parametrů vztahujících se k životnímu cyklu produktu
- a tam kde to je relevantní i další doplňkové environmentální informace.

Provádění EZ III. typu

- Podobně jako u ekolabelingu je i zde nutná vnější součinnost čili provozovatel programu, který stanovuje:
- obecné programové instrukce (základní pravidla programu)
- produktové kategorie (jednotlivé skupiny alternativních výrobků)
- pravidla produktových kategorií (PCR), uvádějící údaje, které musí být u jednotlivých kategorií obsaženy v prohlášení III. typu
- způsob ověření údajů.

Po ověření může být prohlášení III. typu zveřejněno

EPD – Environmentální prohlášení o produktu

Velkou výhodou III. typu EZ je možnost využít jej pro vzájemné porovnávání jednotlivých produktů na mezinárodní úrovni.

Předpokladem je, aby environmentální prohlášení porovnávaných produktů (tzv. EPD), byla vytvářena podle jednoho a téhož programu, což zaručuje:

- že hodnoty požadovaných údajů byly zjištěny či vypočteny stejným způsobem, stanoveným v příslušných pravidlech produktové kategorie a lze je proto vzájemně porovnávat.

Ověřená EPD se zveřejňují v mezinárodní databázi a zákazníci si mohou EPD týchž výrobků od různých výrobců vzájemně porovnat a vybrat produkt s optimálními vlastnostmi.

EPD se tak stává důležitým nástrojem marketingu podniku

Porovnání uvedených typů EZ z hlediska podniku

- Z hlediska tvorby EZ je nejjednodušší II. typ EZ, kde není vyžadována žádná součinnost vnějších orgánů jako je tomu u I. a III. typu.
- S tím souvisí i rozsah aplikace EZ, který je neomezený u II. typu. U I. a III. typu závisí na programu, přičemž III. typ není vhodný pro služby
- Z hlediska důvěryhodnosti se o první místo dělí I. a III typ EZ. II. typ je považován za nejméně důvěryhodný.
- Z hlediska nákladů je nejlevnější II. typ EZ, dražší je I. typ EZ a nejdražší je III. typ EZ.
- Z hlediska očekávaných přínosů pro podnik by měl být nejvýhodnější III. typ zajišťující podniku reklamu na mezinárodní úrovni a přinášející mnoho poznatků získaných aplikací LCA, které lze dále využít , např. při inovaci výroby, podniku, snížení energie apod.

Porovnání uvedených typů EZ z hlediska zlepšování životního prostředí

Z teoretického hlediska má největší potenciál na zlepšení životního prostředí :

I.typ EZ – předpokladem ovšem je:

- vhodný výběr ekologických kritérií
- vznik trhu s EŠV

V praxi vzniku trhu s EŠV zabraňuje:

- nedostatečná poptávka, která je způsobena především nízkou poptávkou
- vyplývající z neinformovanosti zákazníků o existenci EŠV
- a tím i jejich nízkou motivací
- neochota obchodního sektoru zapojit se do podporování vzniku trhu s EŠV, využít jejich prodeje pro svou reklamu
- v neposlední řadě i špatný výběr produktových kategorií

Porovnání uvedených typů EZ z hlediska zlepšování životního prostředí

- U II. a III. typu, jakož i EPD velmi závisí na jednotlivých případech.