

# Marketing obarvený na zeleno

*Jak dělat svět o něco lepším?  
Berme v potaz odpovědnost  
a udržitelnost výroby toho,  
co nakupujeme. Musíme  
u toho ale být obezřetní.*

Podpora odpovědných firem, které myslí na životní prostředí a důstojné výrobní podmínky zaměstnanců je velmi silným nástrojem pro konání dobra. Můžeme ho využívat všichni a nestojí nás ani tolik námahy. Jenomže svět je komplikovaný a mnohé nakupování skýtá háček. Ne všechny firmy to s odpovědným a udržitelným chováním myslí vážně.

## Firmy bojují o sympatie

Smutnou realitou dnešního světa je, že většina ekonomických aktivit má stále velmi negativní dopady na životní prostředí a životy lidí. A protože se tyto problémy často odehrávají daleko od našich domovů, nevěnujeme jim tolik pozornosti. Mnoho odpovědných firem se již nyní chce podílet na řešení, jenomže trend šetrné výroby představuje také lákavou možnost pro ty, které to nemyslí vážně a chtějí pod falešnou dobrotivou tvář navýšit své zisky. Pokud se společnosti odpovědností ohání pouze v reklamách a změny ve svých výrobních postupech moc nezohlední, hovoříme o takzvaném "greenwashingu" – do češtiny občas překládaném jako barvení na zeleno. Samo o sobě není vůbec špatně, pokud firma ukazuje touhu po udržitelné výrobě ve své vlastní propagaci. Problém nastává tehdy, pokud se slíbené závazky neshodují s realitou a jedná se jen o reklamná fráze. Jak ale poznat, jestli má daná společnost skutečně zájem zanechat svět o trochu lepším?

## Rozdíly v certifikátech

Greenwashing netrápí jenom zákazníky, ale i samotné odpovědné společnosti – chtějí dát zákazníkům vědět, že ony se chovají odpovědně. Aby zákazníkům ulehčily orientaci, využívají často různé certifikace symbolizující dodržování určitých pravidel. Pojďme si nyní některé představit.



**Fair Trade:** zajišťuje poctivé pracovní podmínky a finanční ohodnocení pro všechny lidi, kteří se na výrobě daného produktu podíleli



**Biopotravina:** označuje produkty ekologického zemědělství, vypěstované bez použití umělých hnojiv a postřiků proti škůdcům.



**Rainforest Alliance:** označuje různé dražší potraviny, které mimo jiné často využívají fastfoodové řetězce. Podle kritiků jsou ale pravidla a kontrola certifikace příliš mírné.



**Forest Stewardship Council:** organizace označující eticky vytěžené dřevo je v posledních letech silně kritizována pro podporu byznysu na úkor ochrany přírody.

Ne všechny certifikáty tedy zaručují, že se společnosti chovají odpovědně, a právě certifikáty od dvou posledních zmíněných organizací jsou výzkumníky a neziskovými organizacemi s greenwashingem často spojovány. To ale určitě neznamená, že všechny jimi označené výrobky byly vyrobeny za neekologických podmínek.

## Hlavní je ověřit si realitu

Greenwashing se ale dá vyzorovat i z běžného chování dané společnosti. Nyní si uvedeme několik podezřelých

- Udržitelný sortiment je pouze nadstandardní doplněk k většině ostatního zboží výrobce.
- Kroky směřující ke zlepšení jsou soustředěny jenom do zemí, kde se výrobky prodávají, zatímco v zemích výroby se nic nemění.
- Místo jasně daných závazků a cílů udělají společnosti jenom kosmetické změny a dávají neurčité sliby.



## Prověřuj před každým nákupem

Pokud tedy skutečně chceme nákupem podpořit odpovědné firmy, je zapotřebí si je alespoň trochu prověřit. Krátký průzkum o dané společnosti vám poodhalí, jak vážně to s udržitelnou a zodpovědnou výrobou myslí. Dobrým rozcestníkem pro začátek vašeho pátrání může být web Asociace společenské odpovědnosti → [www.spolecenskaodpovednost.cz](http://www.spolecenskaodpovednost.cz) nebo organizace NaZemi → [www.nazemi.cz](http://www.nazemi.cz). Zkuste si vyhledat odpovědné společnosti a další certifikáty, zjistěte, čím se zabývají, a případně jestli existují i nějaké negativní stránky.

