

GREENWASHING

ENVIRONMENTÁLNE TVRDENIA
PO NOVELE Č. 310/2025 Z. Z.

G. Lehnert
LAWYERS WITH INTEGRITY



VÝROBCOVIA & značky	E-SHOPY & online predajcovia	KAMENNÉ predajne	MARKETING & reklamné oddelenia
------------------------	------------------------------------	---------------------	--------------------------------------

ČO JE GREENWASHING A PREČO SA PRAVIDLÁ MENIA

Greenwashing je marketingová alebo komunikačná praktika, pri ktorej firma prezentuje výrobok, službu alebo samotnú značku ako ekologickú bez toho, aby takéto tvrdenie bolo dostatočne podložené, presné alebo overiteľné. Spotrebiteľ je takýmto konaním uvádzaný do omylu a robí nákupné rozhodnutia na základe nepravdivých alebo zavádzajúcich informácií.

Novela zákona č. 108/2024 Z. z. (zákon č. 310/2025 Z. z.) implementuje smernicu EÚ 2024/825 („EmpCo“), ktorej cieľom je chrániť spotrebiteľov pred klamlivými ekologickými tvrdeniami (tzv. greenwashing). Novela s účinnosťou od 27. septembra 2026 rozširuje zoznam praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, o viaceré greenwashingové praktiky a sprísňuje pravidlá environmentálnych tvrdení. Obchodník musí byť pripravený kedykoľvek preukázať inšpekcií pravdivosť použitých environmentálnych tvrdení.

Základná logika novej právnej úpravy:
REALITA / PLÁN → DŮKAZY → KOMUNIKÁCIA

Najprv majte podklad, potom komunikujte. Environmentálne tvrdenia musia vychádzať zo skutočných výsledkov alebo z konkrétneho a overiteľného plánu do budúcnosti. Nepodložené alebo zavádzajúce „zelené“ tvrdenia môžu predstavovať greenwashing.

KLÚČOVÉ POJMY PODĽA NOVELY ZÁKONA

Novela zavádza niekoľko nových zákonných definícií. Je nevyhnutné im rozumieť, pretože na ne nadväzujú konkrétne povinnosti a zákazy.

POJEM	DEFINÍCIA (zákon č. 108/2024 Z. z. v znení novely)
Environmentálne tvrdenie	Akékoľvek dobrovoľné vyhlásenie alebo zobrazenie v textovej, obrazovej, grafickej alebo symbolickej forme (vrátane etikiet, obchodnej značky, názvu produktu alebo firmy), ktoré uvádza alebo naznačuje, že produkt, kategória produktov, značka alebo obchodník: (a) má pozitívny vplyv na životné prostredie, (b) má menej škodlivý vplyv ako iné produkty, (c) nemá vplyv na životné prostredie, alebo (d) zmiernil za určitý čas svoj vplyv na životné prostredie.
Značka udržateľnosti	Dobrovoľná verejná alebo súkromná známka dôveryhodnosti, známka kvality alebo ich ekvivalent, ktorej cieľom je odlíšiť a propagovať produkt, postup alebo obchodníka s odkazom na environmentálne alebo sociálne vlastnosti. Smie sa používať iba ak je založená na certifikačnom systéme alebo zavedená orgánom verejnej moci.
Certifikačný systém	Nezávislý a transparentný mechanizmus overovania, ktorý zaručuje, že deklarované environmentálne alebo sociálne vlastnosti skutočne zodpovedajú stanoveným kritériám. Musí byť verejne dostupný a prístupný pre všetkých záujemcov za rovnakých podmienok.
Uznané vynikajúce environmentálne vlastnosti	Environmentálne vlastnosti výrobku, ktoré spĺňajú požiadavky podľa nariadenia EÚ č. 66/2010 o environmentálnej značke (EU Ecolabel) alebo technických noriem (napr. STN EN ISO 14024 Environmentálne vyhlásenia a programy pre produkty. Environmentálne značky), prípadne dosahujú najvyššiu úroveň environmentálnych vlastností stanovenú príslušným predpisom (napr. najvyššia energetická trieda „A“ podľa príslušných delegovaných aktov k nariadeniu EÚ 2017/1369, ktorým sa stanovuje rámec pre energetické označovanie).

PÄŤ ZÁKLADNÝCH PRAVIDIEL PRE KAŽDÉ ENVIRONMENTÁLNE TVRDENIE

Pred každým environmentálnym tvrdením si položte päť kontrolných otázok. Ak na ktorúkoľvek z nich odpoviete NIE, tvrdenie nesmie byť použité v tejto forme; pred použitím ho upravte, spresnite alebo doplňte potrebné podklady.

1	Je tvrdenie JASNÉ A DOSTATOČNE KONKRÉTNE ? Je zjavné, akej environmentálnej vlastnosti a akej časti produktu alebo činnosti sa týka? Všeobecné tvrdenia ako „eko“, „zelený“ alebo „šetrný k životnému prostrediu“ musia byť v tom istom komunikačnom prostriedku jasne špecifikované, ak obchodník nevie preukázať uznané vynikajúce environmentálne vlastnosti.
2	Je tvrdenie PRAVDIVÉ A PREUKÁZATEĽNÉ ? Existujú merateľné údaje, technická dokumentácia, certifikáty alebo výsledky nezávislého auditu, ktoré ho podkladajú? Môžete tieto dôkazy kedykoľvek predložiť inšpekcií?
3	Zodpovedá ROZSAH TVRDENIA skutočnosti? Ak sa ekologické vlastnosti vzťahujú iba na obal, nesmie tvrdenie evokovať dojem, že celý výrobok je ekologický.
4	Nevytvára tvrdenie FALOŠNÝ DOJEM VÝHODY ? Neprezentujete ako konkurenčnú výhodu vlastnosť, ktorá je pre daný druh produktu požadovaná zákonom? (Např. „neobsahuje fosfáty“ pre produkt, kde sú fosfáty zákonom zakázané)
5	Nevzťahujú sa na tvrdenie OSOBITNÉ PRAVIDLÁ ? Ak tvrdenie smeruje k budúcnému vplyvu na životné prostredie, musí byť založené na jasných, objektívnych, verejne dostupných a overiteľných záväzkoch, podrobnom realistickom pláne s merateľnými a časovo ohraničenými cieľmi a pravidelnom overovaní nezávislým odborníkom.

KONKRÉTNE ZAKÁZANÉ PRAKTIKY (ZÁKON OD 27. 9. 2026)

Zoznam nekalých obchodných praktík bol novelou rozšírený o nové položky priamo súvisiace s greenwashingom. Nasledujúce konania sa za každých okolností považujú za nekalé, a teda zakázané.

ZOZNAM NEKALÝCH OBCHODNÝCH PRAKTIK	
A	Všeobecné environmentálne tvrdenie (napr. „eko“, „zelené“, „bio“, „udržateľné“, „šetrné k prírode“, „eko-friendly“) bez toho, aby bolo v rovnakom komunikačnom prostriedku (napr. v tom istom reklamnom spote, na obale výrobku alebo v internetovom predajnom rozhraní) jasne a dôrazne špecifikované. Výnimka: obchodník je schopný preukázať uznané vynikajúce environmentálne vlastnosti (napr. EU Ecolabel).
B	Tvrdenie o celom produkte alebo firme, ktoré sa vzťahuje iba na jeden aspekt – napr. propagovať celý výrobok ako „zelený“, ak sa ekologická vlastnosť týka iba obalu alebo jednej zložky výrobného procesu.
C	Tvrdenie založené na kompenzácii emisií skleníkových plynov (tzv. offsety), že produkt má neutrálny, znížený alebo pozitívny vplyv na životné prostredie z hľadiska emisií skleníkových plynov (napr. „klimaticky neutrálny“, „znížený vplyv na klímu“, „znížená stopa CO2“). Takéto tvrdenia možno použiť len vtedy, ak sú založené na skutočnom vplyve životného cyklu výrobku, a nie na kompenzácii emisií skleníkových plynov.
D	Zobrazenie značky udržateľnosti, ktorá nie je založená na transparentnom a nezávislom certifikačnom systéme alebo nie je zavedená orgánom verejnej moci.
E	Prezentovanie ako konkurenčnej výhody vlastnosti, ktorá je požadovaná zákonom pre všetky produkty v danej kategórii (napr. „bez fosfátov“).

DŮKAZNÉ BREMENO – ČO MUSÍTE VEDIEŤ PREUKÁZAŤ

Novela výslovne posilňuje požiadavku, aby obchodník vedel preukázať správnosť skutkových tvrdení používaných v obchodnej komunikácii. To sa týka aj environmentálnych tvrdení.

Dôkazné bremeno o správnosti skutkových tvrdení obvykle¹ leží na obchodníkovi – inšpekcia alebo súd nemusí preukazovať nepravdivosť tvrdenia, vy musíte preukázať jeho pravdivosť.

Čo to v praxi znamená:

Pred zverejnením akéhokoľvek environmentálneho tvrdenia musíte mať k dispozícii dôkazy, ktoré ho podkladajú.

Tieto dôkazy musíte byť schopní kedykoľvek predložiť dozornému orgánu (SOI) alebo súdu.

Nestačí, že tvrdeniu sami veríte – musíte ho vedieť preukázať objektívnymi, merateľnými a overiteľnými podkladmi.

AKÉ DŮKAZY SÚ AKCEPTOVATELNÉ:

Environmentálne tvrdenie musí byť podložené dôkazmi, ktoré sú primerané, spoľahlivé a overiteľné. Zákon neurčuje jeden povinný typ dôkazu. Použiť možno najmä:

- certifikáty alebo environmentálne značky (napr. EU Ecolabel, certifikácia energetickej účinnosti konkrétneho výrobku).
- technickú dokumentáciu od výrobcu (napr. zloženie materiálov, merania spotreby energie, údaje o emisiách).
- výsledky meraní, skúšok alebo odborných posúdení (napr. protokol akreditovaného laboratória, nezávislé meranie spotreby alebo emisií).
- interné údaje a merania, ak sú založené na spoľahlivej a overiteľnej metodike.
- pre tvrdenia o budúcich environmentálnych cieľoch (napr. „do roku 2030 znížime emisie o 50 %“): písomný záväzný plán s merateľnými míľnikmi, časovým harmonogramom a mechanizmom nezávislého overovania treťou stranou.

DOKUMENTÁCIA, KTORÚ ODPORÚČAME VIESŤ:

TYP TVRDENIA	ODPORÚČANÁ DOKUMENTÁCIA	INTERVAL AKTUALIZÁCIE
Všeobecné environmentálne tvrdenie (napr. „eko“, „zelené“, „udržateľné“)	Špecifikácia tvrdenia v tom istom komunikačnom prostriedku alebo dôkaz uznávaných vynikajúcich environmentálnych vlastností (napr. EU Ecolabel)	Pri každom novom komunikačnom výstupe
Materiálové zloženie (napr. „obal obsahuje 80 % recyklovaného plastu“)	Certifikát, vyhlásenie alebo dokumentácia od dodávateľa, technický list produktu	Podľa platnosti certifikátu, pri každej zmene dodávateľa alebo materiálu
Zníženie emisií skleníkových plynov (konkrétne % oproti určenému roku)	Výpočet emisií podľa uznávanej metodiky (napr. GHG Protocol) a podkladové údaje k výpočtu.	Ročne + pri každej zmene tvrdenia
Energetická úspornosť (napr. „spotrebuje o 30 % menej energie“)	Výsledky testovania podľa príslušnej EÚ normy, technický list od výrobcu	Pri zmene produktu
EU Ecolabel / Iná značka udržateľnosti	Platné oprávnenie na používanie EU Ecolabel pre konkrétny produkt, vrátane registračného čísla a príslušnej zmluvy s MŽP SR / Platný certifikát, licencia alebo iný doklad o oprávnení používať danú značku podľa pravidiel príslušného certifikačného systému	Pri zmene produktu / podľa platnosti certifikátu

Uhlíková neutralita / net zero (záväzok do budúcnosti)	Záväzný plán s míľnikmi, pravidelné správy od nezávislého audítora, tvrdenie nemôže byť založené na kompenzačných poukážkach	Ročne + pri každom zverejnení tvrdenia
Biodegradovateľnosť (napr. „obal je priemyselne kompostovateľný“)	Skúšobný protokol podľa príslušnej normy (napr. EN 13432), prípadne platný certifikát zhody s EN 13432	Pri zmene zloženia, pri zmene platnosti certifikátu

ZNAČKY UDRŽATELNOSTI A CERTIFIKÁTY

Používanie akejkoľvek dobrovoľnej ekologickej alebo sociálnej značky podlieha od 27. septembra 2026 prísnyh pravidlám. Nie každý certifikát alebo zelená nálepka je automaticky akceptovateľná.

AKCEPTOVATELNÉ ZNAČKY ²	ZAKÁZANÉ / RIZIKOVÉ ZNAČKY
• EU Ecolabel – európska ekologická značka • FSC – certifikát zodpovedného lesného hospodárstva • MSC – certifikát udržateľného rybolovu • Fairtrade – certifikát spravodlivého a udržateľného obchodu a výroby • Rainforest Alliance – certifikát udržateľnej poľnohospodárskej produkcie • Iné značky udržateľnosti založené na nezávislom a transparentnom certifikačnom systéme	• Vlastné „eko“ značky bez príslušného certifikačného systému • Propagácia členstva v ekologickej organizácii ako certifikátu • Generické symboly (listy, stromy) vytvárajúce nepodložený dojem environmentálnej výhody alebo certifikácie • Zastaralé certifikáty po uplynutí platnosti • Certifikáty nepochádzajúce od nezávislých a odborne spôsobilých tretích osôb

ŠPECIÁLNA TÉMA: UHLÍKOVÁ NEUTRALITA A KLIMATICKÁ KOMPENZÁCIA

Toto je oblasť s vysokým rizikom greenwashingu. Tvrdenia ako „klimaticky neutrálny“, „uhlíkovo neutrálny“, „net zero“ alebo „carbon neutral“ podliehajú prísnyh pravidlám. Ak sa pri produkte tvrdí, že má neutrálny, znížený alebo pozitívny vplyv na životné prostredie z hľadiska emisií skleníkových plynov, takéto tvrdenie nesmie byť založené na kompenzácií emisií (offsetoch).

Osobitné pravidlá sa vzťahujú na používanie tvrdení o budúcom vplyve produktu na životné prostredie (napr. „do roku 2030 bude tento produkt net zero“):

Čo zákon vyžaduje pri tvrdení o budúcom vplyve produktu na životné prostredie z hľadiska emisií skleníkových plynov:

1. **Realistický plán:** Musia existovať záväzné a konkrétne opatrenia na skutočné znížovanie emisií.
2. **Merateľné ciele:** Plán musí obsahovať konkrétne merateľné míľniky a časový harmonogram.
3. **Verejná dostupnosť:** Plán musí byť verejne dostupný – spotrebiteľ si ho musí môcť overiť.
4. **Pravidelné nezávislé overovanie:** Napredovanie plánu musí byť pravidelne overované nezávislou treťou stranou bez konfliktu záujmov.
5. **Kompenzácia neprichádza do úvahy:** Tvrdenie o neutrálnom, zníženom alebo pozitívnom vplyve na klímu NESMIE byť založené na nákupe offsetov/kompenzácií emisií.

1 V konaní o posúdení nekalej obchodnej praktiky môže inšpekcia alebo súd požadovať, aby obchodník svoje tvrdenie preukázal, ak to vzhľadom na okolnosti prípadu možno považovať za primerané s prihliadnutím na oprávnený záujem obchodníka, iného účastníka konania alebo na kolektívne záujmy spotrebiteľov.

2 Tieto značky udržateľnosti sú zavedené orgánmi verejnej moci alebo sú podľa aktuálne dostupných údajov založené na transparentnom a nezávislom certifikačnom systéme.

ZAKÁZANÉ	POVOLENÉ	PREČO
„Klimaticky neutrálny produkt, jeho emisie kompenzujeme prostredníctvom offsetov“	„V roku 2025 sme znížili emisie CO ₂ z výroby tohto produktu o 40 % v porovnaní s rokom 2024“	Tvrdenie o neutrálnej alebo zníženej klimatickej stope produktu nesmie byť založené na kompenzácií emisií.
„Do roku 2030 bude náš produkt net zero.“ bez požadovaného plánu a nezávislého overovania	„Do roku 2030 plánujeme znížiť emisie produktu o X % oproti roku Y; podrobný plán a jeho overenie sú dostupné na [URL].“	Tvrdenie musí byť podložené konkrétnym, merateľným a overiteľným plánom, ktorého plnenie pravidelne overuje nezávislý odborník tretej strany.

**ZAKÁZANÉ VERZUS POVOLENÉ –
PŘÍKLADY PODĽA SKUPÍN KLIENTOV**

Nasledujúce tabuľky uvádzajú konkrétne príklady formulácií pre každú skupinu klientov.

**VÝROBCOVIA A ZNAČKY
(ETIKETY, OBALY, TECHNICKÁ DOKUMENTÁCIA)**

OBLASŤ / SITUÁCIA	ZAKÁZANÉ / NEPOUŽÍVAŤ TAKTO (príklady)	POVOLENÉ (príklady)
Zloženie materiálu – obal	„Eko obal“ / „Zelený obal“ bez ďalšej špecifikácie, ak výrobca nevie preukázať uznané vynikajúce environmentálne vlastnosti	„Obal vyrobený z 85% recyklovaného papiera. Bez plastového potáhu.“
Životnosť produktu	„Dlhotrvácný produkt“ / „Vydrtí dlho“ bez objektívneho podkladu	„Testovaná životnosť: min. 2000 pracovných cyklov za podmienok [presne definovať]; skúšobný protokol č. [X].“
Environmentálna zodpovednosť firmy	„Sme zelená firma“ / „Environmentálne zodpovedná spoločnosť“ – ak sa tvrdenie v skutočnosti týka len určitej činnosti firmy	„Náš výrobný závod využíva elektrinu výlučne z obnoviteľných zdrojov.“
Recyklovateľnosť	„Recyklovateľný produkt“ – ak sa tvrdenie v skutočnosti týka len obalu alebo jednej jeho časti	„Obal výrobku patrí do triedeného zberu papiera.“
Recyklačné značky a symboly	 (symboly s lístkami a zelenou grafikou naznačujú udržateľnosť, pozitívny vplyv na životné prostredie)	 (len informujú spotrebiteľov, z akého materiálu je obal a uľahčujú separovaný zber)
Biologická rozložiteľnosť	„Biodegradovateľný“	„Obal výrobku je vhodný na priemyselné kompostovanie.“

**E-SHOPY A ONLINE PREDAJCOVIA
(PRODUKTOVÉ KARTY, BANNERY, FILTROVANIE)**

OBLASŤ / SITUÁCIA	ZAKÁZANÉ / NEPOUŽÍVAŤ TAKTO (príklady)	POVOLENÉ (príklady)
Produktová karta – filter/katégoria	Katégoria „Eko produkty“ / „Zelená sekcia“ bez vysvetlenia kritérií	„Produkty s EU Ecolabel“ alebo „Produkty z recyklovaných materiálov (min. 50 %)“ – s jasným vysvetlením kritérií zaradenia.

Produktová karta – popis	„Udržateľný výrobok“ / „Zodpovedný výber“ bez bližšieho vysvetlenia	„Výrobok má Environmentálnu značku EU (reg. č. SK/024/XXX).“
Banner / reklamný text	„Nakupujte ekologicky!“ / „Zelené nakupovanie“ bez upresnenia	„Produkty označené značkou EU Ecolabel spĺňajú prísne ekologické kritériá EU.“
Doručenie	„Uhlíkovo neutrálne doručenie vďaka kompenzácií emisií“	„Vybrané zásielky v Bratislave doručujeme elektrickými vozidlami.“

**KAMENNÉ PREDAJNE
(CENOVKY, POS MATERIÁLY, REGÁLOVÉ OZNAČENIA)**

OBLASŤ / SITUÁCIA	ZAKÁZANÉ / NEPOUŽÍVAŤ TAKTO (príklady)	POVOLENÉ (príklady)
Regálové označenie	Nápisy „ECO“ / „Zelený výrobok“ bez vysvetlenia	„EU Ecolabel“ alebo príslušná certifikačná značka, ak je výrobok oprávnený ju používať
Zelená zbierka / kolekcia	„Ekologická kolekcia“ / „Zelená línia“ bez kritérií	„Kolekcia TERRA: každý výrobok obsahuje najmenej 70 % recyklovaného materiálu.“

**MARKETINGOVÉ A REKLAMNÉ ODDELENIA
(KAMPANE, SOCIÁLNE SIETE, PR)**

OBLASŤ / SITUÁCIA	ZAKÁZANÉ / NEPOUŽÍVAŤ TAKTO (príklady)	POVOLENÉ (príklady)
Reklamný slogan	„Staráme sa o prírodu“ / „Milujeme planétu“ bez bližšieho vysvetlenia	„Za každý predaný výrobok prispejeme 1 € na program obnovy lesa [názov], [URL].“
Sociálne siete – príspevok	Fotky so stromami a textom „Chránime prírodu“ bez bližšieho vysvetlenia	„V našom závode používame výlučne elektrinu z obnoviteľných zdrojov.“
E-mail marketing / newsletter	„Kúpte si eko produkt a pomôžte planéte“ bez upresnenia	„Produkt X obsahuje 60 % recyklovaného hliníka.“
PR správa / tlačová správa	„Náš nový produkt je ekologický“ bez vysvetlenia	„Nový model X je oprávnený používať EU Ecolabel (reg. č. SK/024/XXX).“

GREENWASHING AUDIT – POSTUP KROK ZA KROKOM

Odporúčame vykonať interný greenwashing audit minimálne 8 týždňov pred 27. septembrom 2026. Postup pre každý typ klienta je rovnaký, líši sa len zoznam materiálov na preverenie.

KROK 1	INVENTARIZÁCIA TVRDENÍ Spíšte zoznam VŠETKÝCH miest, kde používate akékoľvek environmentálne tvrdenie: web, produktové karty, etikety, obaly, POS materiály, sociálne siete, newsletter, PR správy, prezentácie pre partnerov.
KROK 2	KATEGORIZÁCIA Každé tvrdenie zaradte do katégorie: (A) Tvrdenie o produkte / materiáloch, (B) Tvrdenie o výrobnom procese, (C) Tvrdenie o firme / ESG stratégii, (D) Tvrdenie o budúcich cieľoch. Rôzne katégorie vyžadujú rôzne typy dôkazov.

ENVIRONMENTÁLNE TVRDENIA PO NOVELE Č. 310/2025 Z. Z.

KROK 3	OVERENIE PODKLADOV Pre každé tvrdenie skontrolujte, či existuje overiteľný podklad (certifikát, meranie, dokumentácia). Ak podklad neexistuje alebo je zastaraný: tvrdenie dočasne POZASTAVTE.
KROK 4	ANALÝZA RIZÍK Pre každé tvrdenie zhodnoťte: Je dostatočne konkrétne? Nie je zavádzajúce vo vzťahu k celkovému produktu / firme? Nie je irelevantné? Neopomína dôležité negatíva (napr. ekologický obal, ale škodlivý obsah)?
KROK 5	NÁPRAVNÉ OPATRENIA Tvrdenia bez dostatočných podkladov: (a) zrušte, alebo (b) doplňte chýbajúcu dokumentáciu / certifikáciu pred zverejnením. Vágne tvrdenia: prepracujte na konkrétne a overiteľné formulácie.
KROK 6	AKTUALIZÁCIA MATERIÁLOV Aktualizujte web, produktové karty, etikety, POS materiály a všetky komunikačné kanály. Zaznamenajte dátum aktualizácie a podklady, na základe ktorých bolo tvrdenie ponechané.
KROK 7	INTERNÉ ŠKOLENIE Zaškóľte marketingový tím, obchodné oddelenie a produktových manažérov. Vytvorte interný schvaľovací proces pre nové ekologické tvrdenia – pred publikovaním musí každé tvrdenie schváliť osoba s právnym alebo compliance poverením.
KROK 8	PRIEBEŽNÝ MONITORING Nastavte pravidelný (min. ročný) audit greenwashingu. Pri každom spustení novej kampane alebo uvedení nového produktu overovací postup opakujte.

KONTROLNÝ ZOZNAM PRE VŠETKY SKUPINY KLIENTOV

Nasledujúce zoznamy sú zostavené podľa typu klienta.
Odškrtnite si jednotlivé položky po ich splnení.

VÝROBCOVIA A ZNAČKY	
☐	Inventarizácia: Zostavili ste zoznam všetkých environmentálnych tvrdení používaných na produktoch a v obchodnej komunikácii?
☐	Dokumentácia: Má každé environmentálne tvrdenie priradený primeraný a overiteľný podklad (napr. certifikát, meranie, technický list)?
☐	Certifikáty a značky: Sú všetky používané environmentálne značky a certifikácie platné, oprávnené používané a založené na certifikačnom systéme spĺňajúcom zákonné podmienky alebo zavedené orgánom verejnej moci?
☐	Irelevantné tvrdenia: Neprezentujete ako výhodu zákonnú požiadavku platnú pre všetky produkty danej kategórie alebo inú nerelevantnú vlastnosť?
☐	Čiastočné tvrdenia: Skontrolovali ste, či tvrdenia o ekologických vlastnostiach neevokujú, že celý produkt je ekologický, ak sa vlastnosť vzťahuje len na časť produktu?
☐	Životnosť a opraviteľnosť: Sú tieto tvrdenia podložené primeranými a overiteľnými podkladmi (napr. technickými testami)?
☐	Budúce klimatické ciele: Ak uvádzate klimatické ciele, existuje záväzný verejný plán s míľnikmi a nezávislou verifikáciou?

☐	Aktualizácia materiálov: Sú všetky etikety, obaly, webové stránky, reklamy a ďalšie materiály aktualizované pred 27. septembrom 2026?
--------------------------	--

E-SHOPY A ONLINE PREDAJCOVIA	
☐	Produktové karty: Sú všetky ekologické popisy v produktových kartách konkrétne, zrozumiteľné a podložené overiteľnými podkladmi?
☐	Filtre a kategórie: Majú ekologické filtre a kategórie (napr. „eko“, „bio“, „zelená sekcia“) jasne definované kritériá zaradenia?
☐	Certifikáty a značky: Sú platné, oprávnené používané a vzťahujú sa na daný produkt?
☐	Bannery a akcie: Reklamné bannery s ekologickými tvrdeniami prešli právnym schválením?
☐	Doručenie: Sú environmentálne tvrdenia o doručení konkrétne a preukázateľné a nie sú založené na zakázanom tvrdení o klimatickej neutralite prostredníctvom offsetov?

KAMENNÉ PREDAJNE	
☐	Regálové označenia: Sú environmentálne tvrdenia konkrétne a zrozumiteľné a používané značky oprávnené?
☐	POS materiály: Sú všetky environmentálne tvrdenia v propagačných materiáloch (stojany, letáky, plagáty) podložené a skontrolované z hľadiska správnosti?
☐	Školenie personálu: Vie personál, ktoré environmentálne tvrdenia a značky možno pri produktoch komunikovať a ako ich zákazníkom vysvetliť?
☐	Zavádzajúce vizuály: Nevytvárajú použité farby, symboly alebo obrázky na etiketách a regáloch nepodložený dojem environmentálnej výhody produktu?

MARKETING A REKLAMNÉ ODDELENIA	
☐	Inventarizácia kampaní: Zostavili ste zoznam všetkých aktívnych a plánovaných kampaní s ekologickými tvrdeniami?
☐	Schvaľovací proces: Existuje interný proces schvaľovania ekologických tvrdení pred zverejnením (právne / compliance oddelenie)?
☐	Slogany a texty: Sú environmentálne slogany konkrétne a zrozumiteľné a všeobecné tvrdenia sú riadne špecifikované?
☐	Sociálne siete: Sú environmentálne tvrdenia podložené primeranými a overiteľnými podkladmi?
☐	PR a tlačové správy: Sú environmentálne tvrdenia konkrétne, nezavádzajúce a preukázateľné?
☐	Budúce environmentálne ciele: Sú tvrdenia o budúcom environmentálnom vplyve produktu založené na konkrétnom a overiteľnom pláne s merateľnými cieľmi a pravidelným nezávislým overovaním?
☐	Archív dokumentácie: Existuje pre každý komunikačný výstup s ekologickým tvrdením dohľadateľný podklad?

SANKCIE ZA PORUŠENIE / INÉ PRÁVNE NÁSLEDKY

Kontrolu dodržiavania pravidiel vykonáva Slovenská obchodná inšpekcia (SOI) a ďalšie orgány dohľadu. Smernica EmpCo ukladá členským štátom povinnosť zabezpečiť efektívne, primerané a odrádzajúce sankcie.

TYP SANKCIE	POPIS	VÝŠKA / ROZSAH
Pokuta za správny delikt	Za porušenie zákazu nekalej obchodnej praktiky vrátane zakázaných greenwashingových praktík	200 € až 2 % obratu za predchádzajúce účtovné obdobie, najviac 200 000 €
Rozšírené cezhraničné porušenie	Pri závažnom cezhraničnom porušovaní, ktoré zasahuje spotrebiteľov vo viacerých členských štátoch EÚ, môžu orgány ochrany spotrebiteľa jednotlivých štátov postupovať koordinovane; pri takomto postupe môže byť pokuta výrazne vyššia	500 € až 4 % obratu
Opakované porušenie	Opakované porušenie tej istej povinnosti do 12 mesiacov	Spravidla 300 € až 3 % obratu , najviac 400 000 € ; pri rozšírenom cezhraničnom porušení až 5 % obratu
Odstránenie alebo zmena online obsahu	Orgán dohľadu môže uložiť odstránenie alebo zmenu protiprávneho obsahu v online rozhraní	V lehote určenej rozhodnutím
Vymazanie domény	Pri splnení zákonných podmienok môže orgán uložiť zabezpečenie vymazania domény	V lehote určenej rozhodnutím
Nároky spotrebiteľa	Spotrebiteľ môže uplatniť náhradu škody, ak mu v dôsledku nekalej obchodnej praktiky vznikla. Môže si uplatniť aj nárok na primerané finančné zadostučinenie po úspešnom uplatnení porušenia na súde	Podľa preukázanej výšky škody a okolností prípadu
Zverejnenie rozhodnutia	Verejné zverejnenie právoplatného rozhodnutia na webe orgánu dohľadu – tzv. naming and shaming	Najmenej 5 rokov

ZÁVEREČNÉ ODPORÚČANIE

Greenwashing nie je len právne riziko – je to aj reputačné riziko. Zákazníci čoraz citlivejšie vnímajú autenticitu environmentálnych tvrdení a aktívne sa vyhýbajú značkám, ktoré ich zavádzajú.

Zásada je jednoduchá: Komunikujte iba to, čo viete preukázať. Ak niečo ešte nemáte merateľne dosiahnuté, nekomunikujte to ako hotovú vec – komunikujte konkrétny záväzok s harmonogramom.

Máte otázky k implementácii? Potrebujete pomoc s greenwashing auditom, prípravou dokumentácie alebo školením tímu? Neváhajte nás kontaktovať.

Dokument bol pripravený na základe zákona č. 108/2024 Z. z. o ochrane spotrebiteľa v znení zákona č. 310/2025 Z. z. a Smernice EmpCo.

Máj 2026



VLADIMÍR JAKUBIČKA

PARTNER / ADVOKÁT

vladimir.jakubicka@lehnert.sk



TOMÁŠ MOTÝL

ADVOKÁT

tomas.motyl@lehnert.sk

