

Jak to mám používat?

Co se s tím  
stane potom?

Kam to mám  
vyhodit?

Mám si to koupit?

Jak to bylo vyrobeno?

Koho tím podpořím?

Potřebuji to?



Pracovní list č. 2

# ODPOVĚDNÁ SPOTŘEBA

– nakupování, reklama

## Co je odpovědná spotřeba?

### Úvod do tématu

Tento pracovní list volně navazuje na pracovní list pro učitele „Hra o Zemi a ekologická stopa“, který objasňuje dlouhodobě neudržitelný dopad naší každodenní spotřeby na přírodu. List „Odpovědná spotřeba – nakupování a reklama“ nabízí konkrétní postupy a znalosti, jak ekologickou stopu snižovat, což předpokládá být energeticky a materiálově úspornější.

Metodické postupy ve výuce jsou popsány v pracovním listu „Metody aktivního učení“ a jsou použitelné i pro navrhované aktivity k odpovědné spotřebě. Všechny pracovní listy jsou ke stažení na stránkách Zeleného kruhu [www.zelenykruh.cz/cz/publikace.html](http://www.zelenykruh.cz/cz/publikace.html).

**Cíl:** ukázat možnosti, jak být při každodenním nakupování šetrnější k životnímu prostředí a motivovat studenty k tomu, aby o souvislostech s ochranou životního prostředí při nákupech přemýšleli, vyhledávali si informace a nenechávali se bezhlavě ovlivňovat reklamou.

**Začlenění do výuky – předměty:** problematika je plně využitelná v průřezových tématech,

kteřá se orientují na aktuální problémy globálního světa (Osobnostní a sociální výchova, Výchova demokratického občana, Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, Multikulturní výchova, Environmentální výchova a Mediální výchova), ale dá se využít i v hodinách zeměpisu, biologie, případně angličtiny či výtvarné výchovy.

#### > Motto <

**Každá koruna je hlas, kterým podporujeme buď ekologicky šetrnější či méně šetrné výrobky a služby. Když si to uvědomíme, můžeme významně snižovat negativní dopady naší spotřeby.**

### Co je spotřeba?

Pro potřeby našich vzdělávacích aktivit ji vnímáme jako každodenní spotřební návyky zahrnující způsob nakupování, výběr jídel a nápojů, čisticích prostředků, oděvů apod., ale také to, jak velký prostor obýváme, kolik spotřebováváme elektřiny, vody či pohonných paliv. Podstatné je nejen to, co spotřebováváme, ale také jak nakládáme s tím, co po využití výrobku zůstane – tedy s odpady a obaly.

Dle studie EEA (*Evropská agentura pro životní prostředí*) mají z naší spotřeby největší dopad na životní prostředí: jídlo a pití, bydlení, doprava a turistika. Průměrný Evropan

vyprodukuje ročně 160 kg pouze použitých obalů. Průměrný Čech vyprodukuje ročně 400 kg komunálního odpadu - tedy asi 6 x víc, než sám váží.

### Co je ekologická spotřeba?

Vybíráme-li si výrobky, které jsou šetrnější z hlediska dopadů na naše zdraví (bez chemie) či životní prostředí, můžeme se označit za ekospotřebitele.

Kupujeme produkty ekologického zemědělství (zelenina, mléko, maso, vejce) se značkou „Bio“. Zvažujeme výběr zboží podle toho, v jakém je obalu a vybíráme to, které má zbytečných obalů co nejméně a jsou recyklovatelné (upřednostníme papír či sklo před tetrapakem či hliníkem).

Při výběru elektrospotřebičů si vybíráme také podle energetické spotřeby a sledujeme *energetické štítky*.

Vybíráme výrobky, které mají značku ekologicky šetrného výrobku, což zaručuje, že daný výrobek je ve své kategorii ekologičtější než ostatní obdobné výrobky (např. vodou ředitelná nátěrová barva mezi ostatními nátěrovými barvami apod.).

Při výstavbě domu řešíme energetický audit a zaměřujeme se zejména na dobré tepelné izolace domu a konstrukční řešení, které zaručí, že protopíme co nejméně.

Při koupi nábytku či dalších výrobků ze dřeva upřednostňujeme produkt označený FSC, což znamená, že **dřevo bylo pěstované v souladu s principy udržitelného lesního hospodářství a zaručuje, že se nejedná o nelegálně těžené dřevo z tropických pralesů.**

## Co je odpovědná spotřeba?

Odpovědná spotřeba je pojem širší než ekospotřeba. Předpokládá nejen přemýšlení o dopadech výrobků na zdraví či životní prostředí, ale také o sociálních dopadech a vůbec vlivu spotřeby na společnost.

Odpovědný spotřebitel předtím, než něco koupí, přemýšlí, zda to potřebuje, jak to asi bylo vyrobeno, koho tím podpoří, kam to vyhodí, co se s děje s výrobkem dále, zda neexistuje stejný výrobek s menším dopadem na přírodu. Dává přednost kvalitě před kvantitou.

Snaží se přemýšlet o dopadech své spotřeby i v globálních souvislostech. Raději si alespoň občas připlatí za Fair Trade produkt, než by kupoval pouze konvenční zboží. Pokud si může vybrat, nakupuje zboží místní produkce (např. ovoce a zeleninu), při jehož dopravě se nevyprodukovalo tak velké množství skleníkových plynů. Cíleně nakupuje vybrané zboží v obchodech, kde ví, že podpoří místní podnikatele (např. místní pekárnu). Dokáže docenit malé obchody,

kteří cenami obtížně konkurují velkým supermarketům, ale které dodávají městům lidský rozměr (lze tam např. zajít a popovídat si s prodavačkou).

## Aktivita 1: Virtuální obchod

### Úvod do tématu

Naše každodenní spotřeba má vliv na životní prostředí, a to nejen na území naší země, ale i daleko za hranicemi (viz publikace Globální dopady české spotřeby). Odborníci se dnes shodují v tom, že spotřeba patří mezi nejdůležitější hnací síly ničení přírody. Každý z nás je spotřebitelem a může pomoci každodenních malých rozhodnutí ovlivnit mnoho. Jaké jsou naše volby v obchodech?

Při nakupování můžeme dát přednost místním výrobkům, místním potravinám, které se pokud možno dopravují na co nejkratší vzdálenost. Můžeme cíleně vybírat z nabídky ekologicky šetrné výrobky (viz značka na konci tohoto listu) či výrobky „bio“, které pocházejí z ekologického zemědělství. Odpovědný spotřebitel dá přednost sezónnímu ovoci a zelenině před intenzivně pěstovanými produkty ve sklenicích s vysokými vstupy energií a materiálů, či dováženými z velkých dálek, protože ví, že jejich spotřebou přispívá k emisím skleníkových plynů

a podporuje tak změnu klimatu (např. jablka z Nového Zélandu či Chile). U kávy, čaje či čokolády dá přednost výrobkům se značkou „bio“ a „Fair Trade“ (Spravedlivý obchod), které zaručují nejen ekologické standardy, ale také to, že výrobce dostal odpovídajícím způsobem zaplacen. Sledováním etiket na výrobcích si můžeme vybrat např. u olejů ten, který je označen, že neobsahuje geneticky modifikované organismy.

**Cíl:** Podnítit zájem přemýšlet o souvislostech každodenní spotřeby a uvědomit si, že existují šetrnější alternativy.

**Pomůcky:** tabule, křída/flipchart, fixy

## A. Obecná diskuze na téma nákupů

Co jsem si dnes/včera/o víkendu koupil?

Co jsem dnes vyhodil? (A kam?)

Jak jsem se dopravoval?

Žáci se samostatně či ve skupinách zamyslí nad vlastní spotřebou a odpoví na otázky s tím, že při následné diskusi posoudí, zda měli na výběr či ne a zda využili šetrnější alternativy a případně proč ne (neznalost, cena...). Lze využít i tabulku, do které svůj nákup roztřídí.

V závěru se dá vše shrnout: Kolik výrobků bylo českých? Kolik evropských a dále ze světa? U kolika neznáme původ?

Existuje alternativa ve kvalitě bio, lokálně vyrobená? Kolik z nás jelo na nákup autem? Kolik z nás jelo na kole nebo šlo pěšky?

## B. Hra na nakupování

Připravíme si vystřihané obrázky z letáků, obaly či etikety od různého druhu zboží. Studenti si mohou jen tak vybírat (např. 5 položek), nebo mohou mít ve hře vyrobené peníze a mít omezený rozpočet nebo naopak neomezené množství peněz. Velmi zajímavé jsou výstřižky z letáků obchodních řetězců, které lákají různými akcemi. Tyto strategie je pak vhodné probrat spolu s aktivitou „Reklamy“. V nabídce by neměly chybět ekologicky šetrné výrobky (např. čisticí prostředky, toaletní papír), výrobky označené jako „bio“ či „bez geneticky modifikovaných organismů“ (např. některé slunečnicové oleje). A pak Fair Trade produkce (káva, čaj, čokoláda). Katalogy biopotravin a Fair Trade výrobků je možné nalézt na internetu (viz internetové odkazy). Poté, co si studenti nakoupili (je možné je též rozdělit do 2-3 skupin), diskutujeme o jejich výběru.

**Tato tabulka vám pomůže lépe vyhodnotit svůj spotřební styl**

Druh zboží	Kde bylo vyrobeno?	Nákup jste provedli pěšky/autem/MHD	Existuje totéž lokálně vyrobené	Existuje se značkou BIO či EŠV?
zelenina				
čisticí prostředky				

## C. Každá koruna je hlas

Při diskuzi se zaměříme na to, co ovlivnilo jejich volbu a nakolik byl výběr studentů „odpovědný“ a proč. Jaké se jim nabízejí „odpovědnější“ alternativy:

1. Koupit výrobky z místní produkce (např. ovoce, jogurty, sýry apod.).
2. Podpořit místní ekologické zemědělce (značka „bio“).
3. Podpořit spravedlivý obchod a zakoupit „Fair trade“ produkt.
4. Vybrat si ekologicky šetrný výrobek (označený značkou EŠV).
5. Nekoupit to, co nepotřebují.
6. Vybrat si úspornější balení (raději sklo či papír než tetrapak).
7. Zakoupit použité zboží místo nového.

**TIP:** Je možné také zadat žákům, aby dělali „výzkum“ a např. týden by sledovali a zapisovali svou vlastní spotřebu všeho, co nakoupili a spotřebovali, co spotřebovali doma, kolikrát se pralo a čím, kolikrát byla puštěná myčka apod.

## Aktivita 2: Průzkum trhu

**Cíl:** Zjistit, jaká je v konkrétním místě nabídka alternativ pro odpovědné nakupování a v diskusi přivést studenty k zamyšlení, jak mohou přispět k jejímu navýšení.

**Pomůcky:** flipchart, fixy. Diskuze probíhá formou brainstormingu, nápady a názory nehodnotíme a zapisujeme je na papír. O výsledném seznamu pak diskutujeme.

## Úvod do tématu

Jako spotřebitelé máme možnost předtím, než něco koupíme, přemýšlet. Je rozdíl v tom, co nakupujeme, jak nakupujeme a kolik toho nakupujeme. Ne každý má možnost nakupovat zeleninu od místních výrobců, chodit na nákupy pěšky či jezdit na kole, vybírat si z nabídky bio produktů či ekologicky šetrných výrobků. Zboží je čím dál víc, ale naše volby se někdy paradoxně zužují. Zavírají se menší obchody, kam jsme mohli dojet pěšky, ruší se tradiční tržiště, kde místní pěstitelé prodávali svoji nadprodukcí a jedinou možností nákupu je zajet autem do supermarketu na okraji města. Nakupování v místě bydliště či v malém krámku je v mnoha ohledech užitečné: ušetří se zbytečné znečištění ovzduší, protože většina lidí dojíždí za nákupy autem, podpoří se kon-

krétní obchodník, který na rozdíl od velkých firem odvádí daně do místního rozpočtu. Nakupování např. zeleniny od místních pěstitelů podporuje místní ekonomiku, v případě „bio“ zdravější spotřebu, a navíc tržisté bylo vždy také místem setkání lidí – sociální události. Jako spotřebitelé můžeme pestrost nabídky opět vyvolat, neboť kde je poptávka, je i nabídka. Proto stojí za to zbylé malé obchody či tržště s místní produkcí podporovat, žádat si zde bio produkty či ekologicky šetrné výrobky s vědomím toho, že čím silnější poptávka bude, tím rychleji obchodníci zareagují.

Aktivitu je možné rozdělit na úvodní diskuzi, domácí úkol a vyhodnocení.

## A. Úvodní diskuze probíhá ve dvou okruzích: Mohu si vybrat způsob nakupování?

Se studenty probereme možnosti různých nákupů se zaměřením na rozdíly mezi malými obchody a velkými supermarkety. Studenti formou brainstormingu hledají výhody a nevýhody malých a velkých obchodů. Zamyslí se také nad dostupností dalších alternativ (tržnice, bio-obchod).

- Jaké jsou výhody a nevýhody malých obchodů? (jsou blízko, známe prodavače, pokud nenakupujeme velké množství, jsou pohodlnější...)

- Jaké jsou výhody a nevýhody velkých obchodů? (jsou levnější, je tam větší výběr...)
- Máme k dispozici tržnici? Bio obchod?

**TIP:** Studenti by mohli nejdřív každý samostatně zapsat argumenty pro nakupování v malém obchodě a argumenty pro nakupování v supermarketu. Pak by se mohli potkat postupně s několika spolužáky při procházce po třídě a navzájem si sdělit argumenty pro každý z typů obchodů (nezaujímají žádné vlastní stanovisko). Když posbírají dost argumentů, mohli by se rozdělit do dvou skupin a provést tzv. debatu, tj. přesvědčovat se navzájem o výhodách toho způsobu nakupování, který by měli za úkol obhajovat. Úplně na závěr se každý student rozhodne, co si myslí on sám, a запиše si to a podloží to argumenty, které shledává jako silné. (Nemusí zaujmout vyhraněné stanovisko.)

## Mohu si při nákupu vybrat mezi ekologickým a méně ekologickým zbožím?

Se studenty probereme možné volby (nákup místních produktů, či např. kompaktních – více koncentrovaných – pracích prášků, kterých spotřebujeme méně, např. zn. Excel) a připomeneme si existující certifikované značky: BIO, výrobky vyrobené z geneticky nemodifikovaných surovin, ekologicky šetrný výrobek (recyklovaný toaletní papír, čisticí prostředky), Fair Trade (čokoláda, kakao, káva, čaj), FSC (náby-

tek), nebo necertifikované jako Dolphin free (tuňák) .

### > Motto <

Na světě žije šest a půl miliardy lidí a z toho jsou přes dvě miliardy mladší osmnácti let. Každá věc, kterou uděláme je důležitá. To znamená, že máme volbu, i když jsme ještě nedosáhli 18 let. Jak? Jednoduše před tím než něco nakoupíme přemýšlet.

- Jaké jsou certifikované a jiné značky? (BIO, GMO free, Fair Trade, Ekologicky šetrný výrobek, Dolphin free...).
- Jaký je rozdíl mezi značkou jako certifikací versus značkou jako „brand“ (BIO x Cola; Fair Trade x Douwe Egberts; EŠV x Tescoma,...).
- Jak poznáte, že kosmetické výrobky, které používáte, nebyly testovány na zvířatech? (značka králíček v trojúhelníku, nápis)

Pro jistotu si také upřesníme, které ovoce a zelenina roste v konkrétní roční dobu u nás a které se dováží.

## B. Domácí úkol

Studenti dostanou za úkol (individuálně či ve skupinách) provést průzkum trhu a buď v konkrétním obchodě se zaměřit na dostupnost různých alternativ (připravit

seznam druhu zboží, u kterého máme možnost volby mezi více či méně šetrnou variantou, či zmapovat, kde se v daném městě (čtvrti) dá sehnat bio, ekologicky šetrné výrobky, Fair Trade výrobky, výrobky netestované na zvířatech apod.

### C. Vyhodnocení

Studenti přinesou svá zjištění, představí je spolužákům a pak o nich diskutují.

### Aktivita 3: Jaký má vliv reklama na naše nakupování?

**Cíl:** Uvědomit si sílu reklamy, nenechat se snadno reklamou ovlivnit, umět se rozhodovat dle vlastního úsudku. Umět rozeznat klamavou reklamu.

### Úvod do tématu

Reklama je všude kolem nás. Jejím cílem je ovlivnit naše spotřební chování, přesvědčit nás, že určitý výrobek či služba je lepší než ty ostatní, případně přivést nás k tomu, abychom si koupili něco nového na trhu, co bychom si bez reklamy nekoupili. Daří se jí to? Studenti se společně zamyslí nad tím, čím je reklama oslovuje, zda a proč se jí řídí, případně proč se jí neřídí.

**Pomůcky:** vystříhané reklamy z časopisů, reklamní předměty,...

#### > Motto <

Udržitelnost spotřeby neznamená spotřebovávat méně, ale jinak. Efektivně při současném zlepšování kvality života. Znamená to také podílení se o spotřebu mezi bohatšími a chudšími.

*Jacqueline Aloisi de Lardereel, ředitelka UNEP DTIE, 4th International Business Forum, 1999*

### A. Čím vás reklama zaujme?

Studentům položíme následující otázky: Jakou reklamu si vybavíte nejrychleji?

Proč? Slyšeli jste ji jako poslední?

Čím Vás zaujala?

Myslíte si, že vás reklama ovlivňuje?

Uveďte příklady, kdy ano a kdy ne.

Diskusi zahájíme brainstormingem, o znamenáných názorech dále diskutujeme a hledáme odpověď na otázky:

- Co je účelem reklamy? Proč se vyrábí? (pobavit, zaujmout, upozornit, vzbudit sympatie?)
- Je reklama pravdivá? (příklady nevěrohodné reklamy: nápoje po kterých jsme „free“, krémy - bez vrásek, ...)
- Proč vystupují v reklamě lékaři, herci?
- Jaká reklama se vám líbí a jaká ne?

Ukazujte studentům reklamy (např. na energetické firmy, na kosmetiku, na mobil-

ní operátory, na jídlo atd. ...) bez toho, aby bylo poznat, co propagují (zakrytím, přehnutím atd.) a nechte je hádat. Dojdete bezesporu k zajímavým výsledkům.

### B. Nakupujeme skutečně to, co potřebujeme?

Můžeme se vrátit k virtuálnímu obchodu (aktivita č. 1), případně zadat studentům, ať si připraví seznam plánovaného běžného nákupu v supermarketu v rozsahu 20 položek (možné též ve skupinách). Ve dvou krocích ze seznamu ubíráme – nejprve 10 položek, poté dalších 5. Poté nad seznamem diskutujeme:

- Co nutně potřebujeme? – příklady
- Co nepotřebujeme, a přesto kupujeme? Proč? Čeho se můžeme vzdát?
- Ovlivňuje vás reklama? Jak?

### C. Je reklama pravdivá? Co je klamavá reklama?

Připravíme si několik tipů na reklamy (např. vystříhané reklamy z časopisů) a z nich studenti vybírají ty, kterým věří a ty, které podle nich něco zamlčují, překrucují apod.

- a) manipuluje...
- b) zkresluje fakta...
- c) zamlčuje fakta ...
- d) nic neříká ...

Znáte jiný výrobek z reklamy, který má stejné kvality? Nebo značený ekologicky

šetrný výrobek nebo BIO produkt? (podobně jako vyplňování tabulky)

*Drogerie:* Jaké používáte šampony? Proč? Pamatujete se na nějakou reklamu na tuto značku? Znáte kosmetiku, která není testována na zvířatech? Znáte kosmetiku šetrnou k přírodě?

**TIP:** Pokud by to šlo, měli by studenti pracovat s reklamami na zboží, které sami nakupují nebo po kterém pahnou, nebo s reklamami, které jsou cílené na jejich věkovou a sociální skupinu (kola, lyže, PC – hry, oblečení).

*Ekologická reklama:* Zkuste dát studentům za úkol vymyslet reklamu na ekologický produkt nebo na odpovědnou spotřebu.

## Přehled některých ekoznaček

(přebráno ze stránek [www.ekospotrebitel.cz](http://www.ekospotrebitel.cz) s laskavým svolením jejich provozovatele sdružení Rosa <http://www.zelenabrana.cz/>)



### Spolehlivá značka Ekologicky šetrný výrobek

Propůjčuje ji Ministerstvo životního prostředí ČR, které připravuje i směrnice pro hodnocení jednotlivých výrobků. Posuzuje se "provaz" výrobku (emise, spotřeba energie, uvolňování prchavých látek), jeho život-

ní cyklus (z čeho je vyroben, jak se likviduje, spotřeba energie a surovin na výrobu) i obal.

Další českou spolehlivou značkou je Ekologicky šetrný výrobek. Propůjčuje ji Ministerstvo životního prostředí ČR, které ve spolupráci s Agenturou pro ekologicky šetrné výrobky připravuje i směrnice pro hodnocení jednotlivých výrobků. Posuzuje se "provaz" výrobku (emise, spotřeba energie, uvolňování prchavých látek), jeho životní cyklus (z čeho je výrobek vyroben, jak se likviduje, spotřeba energie a surovin na výrobu) i obal. V roce 2002 existovalo zhruba 30 směrnic pro různé typy výrobků, značku ale dosud získalo jen zhruba 10 výrobků. Výrobce totiž musí o udělení sám požádat a zaplatit poplatek, který ale neznamená, že si značku může koupit. To je překážka hlavně pro drobné výrobce.

Značka vypovídá o tom, že daný výrobek je ve své kategorii ekologičtější, než ostatní obdobné výrobky (např. vodou ředitelná nátěrová barva mezi ostatními nátěrovými barvami apod.).

Seznam ekologicky šetrných výrobků najdete na stránkách [www.ekoznacka.cz](http://www.ekoznacka.cz) České informační agentury životního prostředí CENIA.



### Spolehlivá značka Produkt ekologického zemědělství

Tuto značku propůjčuje Ministerstvo zemědělství ČR ve spolupráci se společností Kontrola ekologického zemědělství. Označují

se jí pouze potraviny, které jsou, zjednodušeně řečeno, "nepraškované". Zemědělské plodiny jsou pěstovány bez použití umělých hnojiv a pesticidů a s hospodářskými zvířaty je slušně zacházeno.

Pro získání známky je nutná kontrola u producenta, kdy se zjistí, zda zemědělec splňuje i další přísné mezinárodní směrnice. Jde skutečně o spolehlivou českou ekoznačku.

### Zahraniční ekoznačky

Tyto značky jsou sice důvěryhodné, ale platné především ve svých domovských zemích (Německo, Rakousko, Skandinávie). Čím delší cestu k nám musely urazit ze země původu, tím méně jsou šetrné. Setkáte-li se s nimi u nás, je otázka, do jaké míry doprava zboží zatížila přírodu a zda i u nás bude výrobek zlikvidován (recyklován) tak jako v zemi svého původu.

Ani výroba nemusí být bez problémů. Výrobek z recyklovaného papíru s kanadskou či skandinávskou ekoznačkou sice chrání lesy, ale u nás vlastně představuje konkurenci pro obdobné české nebo evropské výrobky, které nemusely být dopravovány na tak velkou vzdálenost a tudíž jsou ještě šetrnější. Obecně vzato, existuje-li k dováženému výrobku český ekvivalent, je lepší sáhnout po něm.



### Evropská ekoznačka květina - The flower

Kromě značek, které udělují některé státy EU, existuje již také evropská ekoznačka. Uděluje se

například v těchto kategoriích zboží: myčky nádobí, chladničky, prací prostředky, zářivky, barvy a laky, hygienický papír a papír na kopírování, ložní povlečení a trička.

Při udělování se hodnotí celý životní cyklus výrobku a proces by v každé zemi měla řídit nezávislá instituce.

Informace o evropské ekoznačce najdete na WWW stránkách Výboru EU pro ekologické značení [www.eco-label.com](http://www.eco-label.com).

### Certifikované dřevo

Dřevo pěstované v souladu s principy udržitelného lesního hospodářství a zaručuje, že se nejedná o nelegálně těžené dřevo z tropických pralesů.



### Spravedlivý obchod Fair Trade

je obchodní partnerství, jehož cílem je přímá a účinná podpora znevýhodněných výrobců z rozvojových zemí. Toho se snaží docílit především poskytováním "férových" obchodních podmínek pro zapojené výrobce, důrazem na dodržování základních norem pracovního práva a ochrany životního prostředí a zvyšováním informovanosti spotřebitelů o situaci malých zemědělců a řemeslníků v rozvojových zemích.

Fair Trade tak poskytuje konkrétním lidem v rozvojových zemích šanci vymanit se z bludného kruhu bída vlastními silami a žít důstojný život.

Fair Trade současně dává nám, spotřebitelům, jedinečnou možnost snadno a účinně podpořit jiný ekonomický model, dát hlas jinému způsobu obchodování a výroby a v neposlední řadě získat velmi kvalitní výrobky za odpovídající cenu.



### Králíček kosmetika netestovaná na zvířatech

Tuto značku používají někteří výrobci, především v Anglii. Používá se pro kosmetiku, která nebyla testována na zvířatech. Podle našich zákonů, pokud výrobce, či dovozce uvádí na obalu informace o testování, či netestování na zvířatech, musí také uvést, zda-li se informace váže pouze k finálnímu výrobku nebo i k použitým surovinám. O oprávněnosti testování chemikálií a přípravků na pokusných zvířatech se vedou vášnivé spory, pokusy na zvířatech v kosmetickém průmyslu však zcela jistě nutné nejsou. Šampóny a mýdla označené touto značkou vám dávají záruku, že je nikdo nelil do očí pokusným králíčkům. Informace se však nevážejí automaticky i na výchozí suroviny pro výrobu těchto mýdel a šampónů.



### Značka Natur Papír

Výrobky takto označené obsahují minimálně 90% sběrového papíru. Směrnice pro její udělení jsou neveřejné, nicméně díky garanci Výzkumného ústavu papírenského ji lze považovat za věrohodnou.

### Internetové zdroje:

Odkaz na *Ekologicky šetrné výrobky, ekologické značky*: [www.ekoznacka.cz](http://www.ekoznacka.cz)

Rosa - ekologická poradna, České Budějovice: [www.ekospotrebitel.cz](http://www.ekospotrebitel.cz)

Odkaz na publikaci *Globální dopady české spotřeby*: [www.zelenykruh.cz/dokumenty/ceska-stopa.pdf](http://www.zelenykruh.cz/dokumenty/ceska-stopa.pdf)

Odkaz na výpočet ekologické stopy:

[www.hraozemi.cz/ekostopa](http://www.hraozemi.cz/ekostopa)

Síť ekologických poraden - STEP: [www.ekoporadna.cz](http://www.ekoporadna.cz)

Fair Trade - Spravedlivý obchod: [www.fairtrade.cz](http://www.fairtrade.cz)

Zelené úřadování: [www.zeleneuradovani.cz](http://www.zeleneuradovani.cz)

Svaz ekologických zemědělců PRO BIO:

[www.pro-bio.cz](http://www.pro-bio.cz)

Informace o biopotravinách: [www.biopotraviny.info](http://www.biopotraviny.info)

Síť ekologických poraden: [www.ekoporadna.cz](http://www.ekoporadna.cz)

Zelená domácnost: [ekolist.cz/zd-dotazy.shtm](http://ekolist.cz/zd-dotazy.shtm)

Šetrné papírování, Arnika: [papir.arnika.org](http://papir.arnika.org)

Svět spotřebitelů (provazuje Sdružení obrany spotřebitelů ČR - SOS), v rubrice *Kartotéka*:

[www.kartoteka.spotrebitele.info](http://www.kartoteka.spotrebitele.info)

Projekt *Zelené stravování*

[www.bio.spotrebitele.info/partneri.php](http://www.bio.spotrebitele.info/partneri.php)

Seznam produktů testovaných a netestovaných na zvířatech a jejich výrobců

[www.leapingbunny.org/industry\\_logo.htm](http://www.leapingbunny.org/industry_logo.htm)

Internetová encyklopedie zaměřená na vzdělávání o životním prostředí: [www.czp.cuni.cz/enviwiki](http://www.czp.cuni.cz/enviwiki)

**Poděkování:** Děkujeme za spolupráci na přípravě tohoto materiálu Katce Kociánové z Člověka v tísni ([www.clovekvitni.cz](http://www.clovekvitni.cz)), za cenné odborné připomínky Hance Košťálové ze sdružení *Kritické myšlení* ([www.kritickemyšleni.cz](http://www.kritickemyšleni.cz)) a za tip na vymyšlení ekologické reklamy Haně Kulichové se Střediska Ekologické Výchovy a Etiky Rýchory - SEVER ([www.sever.ecn.cz](http://www.sever.ecn.cz)).

© Zelený kruh, asociace ekologických organizací, Lublaňská 18, 120 00, Praha 2, email: [zk@ecn.cz](mailto:zk@ecn.cz)  
[www.zelenykruh.cz](http://www.zelenykruh.cz), [www.hraozemi.cz](http://www.hraozemi.cz),  
[www.ucastverejnosti.cz](http://www.ucastverejnosti.cz), Praha 2006, Praha 2006