

# Zelená transformace v ochraně spotřebitele: nové povinnosti v oblasti marketingu, životnosti výrobků a informování spotřebitelů



Již před více než dvěma lety byla přijata směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2024/825 známá také jako "*Empowering Consumers Directive*" (dále jen "Směrnice"). Tato úprava reaguje především na rostoucí výskyt klamavých marketingových praktik, zejména na greenwashing, a na snahy o umělé zkracování životnosti výrobků. Směrnice klade důraz na poskytování srozumitelných a porovnatelných informací, které spotřebitelům umožní činit informovaná nákupní rozhodnutí. Vzhledem k tomu, že členské státy by měly Směrnici transponovat do konce září, přinášíme Vám přehled klíčových změn, které budou muset podnikatelé v dohledné době zajistit.

## Klíčové body

- 1 Rozšíření zákazu nekalých praktik na tzv. greenwashing:** zákaz nepravdivých či zavádějících tvrzení o vlivu podnikatele, resp. výrobku na životní prostředí
- 2 Zákaz obchodních praktik uměle zkracujících životnost a funkčnost výrobků:** zákaz směřuje zejména k omezení plánovaného zastarávání neboli "kazítek"
- 3 Nové informační povinnosti podnikatelů:** zavedení harmonizovaného oznámení a harmonizovaných štítků ve vztahu k právům z vadného plnění a záruce za jakost
- 4 Účinnost právní úpravy nejpozději 27. září 2026:** Směrnice k datu publikace tohoto článku nebyla transponována

## Boj proti greenwashingu

Jedním z hlavních cílů Směrnice je potlačení greenwashingu, tedy dezinformačního marketingu, jehož prostřednictvím někteří podnikatelé přesvědčují spotřebitele, že jejich produkty jsou šetrné k životnímu prostředí.

**Podnikatelé budou nově povinni uvádět environmentální tvrzení o svých produktech konkrétně, objektivně a prokazatelně.**

Podle Směrnice by tak nově měla být postihována zejména jednání podnikatelů spočívající v tom, že podnikatel uvede:

- označení udržitelnosti, které se nezakládá na systému certifikace nebo není zavedeno orgány veřejné správy;
- obecné (a tudíž nepodložené) environmentální tvrzení;
- environmentální tvrzení o celém produktu nebo podniku, ačkoli ve skutečnosti platí jen pro jeho část;
- přínosy pro spotřebitele, které jsou bezpředmětné a nevyplývají z žádného rysu produktu nebo podniku;
- tvrzení o kompenzaci emisí založená mimo proces výroby produktu;
- environmentální tvrzení o budoucím vlivu na životní prostředí bez jasných, objektivních, veřejně dostupných a ověřitelných znaků.

Zjednodušeně řečeno, veškerá tvrzení podnikatelů související s jejich přínosem k ochraně životního prostředí musí být konkrétní, objektivní a prokazatelná. Již tedy neobstojí obecná tvrzení jako: "*balení šetrné ke klimatu*" nebo "*udržitelné*", která by tak měla být zcela vypuštěna nebo dostatečně konkretizována například jako: "*100 % energie použité k výrobě tohoto obalu pochází z obnovitelných zdrojů*". Stejně jako u transpozice předchozích norem na ochranu spotřebitelů bude podnikatelům i v případě uplatňování těchto nekalých praktik hrozit pokuta do maximální výše 5 000 000 Kč a v případě koordinovaných postupů členských států až 4 % z celkového ročního obrátu, resp. 50 000 000 Kč, pokud nebude možné obrát zjistit.

## Boj proti předčasnému zastarávání

Druhým bodem zaváděných úprav Směrnice je rozšíření výčtu nekalých obchodních praktik o takové případy, ve kterých podnikatelé v nějaké formě uměle zkracují životnost svých produktů s cílem podpořit nákup nového zboží spotřebiteli. Směrnice za nekalé praktiky označuje zejména:

- zamlčení informace o skutečnosti, že aktualizace softwaru negativně ovlivní fungování produktu;
- prezentování aktualizace softwaru jako nezbytné, byť pouze zlepšuje prvky funkčnosti;
- obchodní sdělení týkající se zboží s prvkem zavedeným k omezení jeho trvanlivosti (tj. "kazítka"), přestože podnikatel si je jeho existence a účinku vědom;
- nepravdivé tvrzení o trvanlivosti zboží, pokud jde o dobu nebo intenzitu používání;
- snahu přimět spotřebitele k výměně nebo doplnění spotřebního materiálu dříve, než je to z technických důvodů nezbytné;

**Podnikatelé se nadále musí zdržet praktik uměle zkracujících životnost produktů, jako je záměrné omezování funkčnosti softwarem, skrytá „kazítka" nebo nepravdivé informace o trvanlivosti zboží.**

- f) zamlčení informace o narušení funkčnosti zboží v případě, že se použije neoriginální příslušenství, anebo naopak nepravdivé tvrzení, že neoriginální příslušenství může funkčnost narušit.

Většina spotřebitelů má s výše uvedenými praktikami osobní zkušenost. Typickým příkladem jsou tiskárny, které softwarově neumožňují černobílý tisk v případě, že v tiskárně chybí barevný inkoust. Obdobně se Směrnice snaží regulovat tzv. "kazítka", tj. prvek zboží, který má spotřebitele přimět k příliš častým opakovaným nákupům. Byť Směrnice výrobu "kazítek" přímo neomezuje (to by měly výhledově zajistit jiné akty evropského práva), zakazuje propagaci produktů, které "kazítka" obsahují. Evropská unie si tak mimo jiné i prostřednictvím této Směrnice klade za cíl prodlužovat životnost produktů a motivovat výrobce k tomu, aby své zboží vyvíjeli a vyráběli s důrazem na dlouhou životnost a opravitelnost.

## Nové informační povinnosti a informační štítky

V neposlední řadě Směrnice novelizuje i směrnici Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011, o právech spotřebitelů. Za nejzásadnější změnu v této oblasti považujeme snahu Evropské unie o harmonizaci formy, jakou jsou spotřebitelé informováni o svých právech z vadného plnění, resp. výrobcem poskytované záruce za jakost. V případě uzavírání spotřebitelských smluv by měli podnikatelé nově informovat spotřebitele o (i) existenci (zákonných) práv z vadného plnění prostřednictvím harmonizovaného oznámení; a (ii) existenci záruky za jakost prostřednictvím harmonizovaného štítku.

Podoba oznámení, resp. štítku již byla publikována, a to v prováděcím nařízení Komise (EU) 2025/1960 ze dne 25. září 2025 (viz níže).

**Evropská unie usiluje o sjednocení formy informování spotřebitelů o jejich právech a zárukách, aby byly tyto informace přehlednější a srozumitelnější.**

The image shows two harmonized labels. The left label is titled 'ZÁKONNÁ ZÁRUKA' and contains information about the minimum two-year warranty in the EU, instructions on how to claim it, and a QR code. The right label is titled 'GARAN' and features a large 'XX' with a calendar icon showing '365' days, a QR code, and a list of translations for the warranty term in various EU languages.

Harmonizované oznámení (vlevo) a harmonizovaný štítek (vpravo)

## Transpoziční lhůta a postup České republiky

Evropská unie uložila členským státům transponovat Směrnici nejpozději do 27. března 2026, přičemž vnitrostátní předpisy musí vstoupit v účinnost nejpozději 27. září 2026. Vláda předložila návrh implementačního zákona Poslanecké sněmovně 8. prosince 2025 (sněmovní tisk č. 53), kterým navrhuje novelizovat zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Vládní návrh v zásadě kopíruje

**Transpozice směrnice do českého práva zatím není dokončena, návrh zákona je stále v legislativním procesu a může se ještě změnit.**

úpravu navrženou Směrnicí. Za klíčovou pokládáme především novelizaci přílohy č. 1 k zákonu o ochraně spotřebitele výrazně rozšiřující výčet klamavých obchodních praktik, a dále pak modifikaci § 1811 občanského zákoníku rozvíjející informační povinnosti podnikatelů.

Legislativní proces však nebyl k datu vydání tohoto článku dokončen – návrh je teprve po prvním čtení projednáván ve výborech. V tuto chvíli tedy nelze s jistotou určit, zda a do jaké míry bude návrh ještě měněn. Na konečné promítnutí Směrnice do českého právního řádu si tak budeme muset ještě počkat.

## **Závěr**

Směrnice přináší řadu nových povinností pro podnikatele, které by měly jednotlivě i ve svém souhrnu přispět k dalšímu zvýšení ochrany spotřebitelů na území Evropské unie. Byť ještě nebyla Směrnice do českého právního řádu transponována, doporučujeme zahájit přípravy na předvídané změny co nejdříve, aby byl zajištěn plynulý přechod a minimalizovalo se riziko sankcí za porušení nových povinností. Podnikatelé by měli zejména:

- a) přezkoumat veškerá environmentální tvrzení ve své marketingové komunikaci s ohledem na jejich objektivitu, určitost a prokazatelnost;
- b) nastavit funkční kontrolní postupy pro svou budoucí marketingovou komunikaci;
- c) zajistit transparentnost ohledně trvanlivosti, resp. opravitelnosti svých produktů a zrevidovat interní procesy týkající se předčasného zastarávání;
- d) připravit se na zavedení harmonizovaného oznámení a harmonizovaných štítků ve vztahu k zákonným právům z vadného plnění a k poskytovaným zárukám.



**Miloš Felgr**  
Řídící partner, Praha

Email: milos.felgr  
@cliffordchanceprague.com  
Telefonní číslo: +420 731 471 429

This publication does not necessarily deal with every important topic or cover every aspect of the topics with which it deals. It is not designed to provide legal or other advice.

[www.cliffordchanceprague.com](http://www.cliffordchanceprague.com)

Clifford Chance, Jungmannova Plaz, Jungmannova 24, 110 00 Prague 1, Czech Republic

© Clifford Chance Prague Association 2026

We use the word 'partner' to refer to a member of Clifford Chance LLP, or an employee or consultant with equivalent standing and qualifications

If you do not wish to receive further information from Clifford Chance about events or legal developments which we believe may be of interest to you, please either send an email to [BD@cliffordchanceprague.com](mailto:BD@cliffordchanceprague.com) or by post at Clifford Chance Jungmannova 745/24, 110 00 Prague 1, Czech Republic

Abu Dhabi • Amsterdam • Bangkok • Barcelona • Beijing • Brussels • Bucharest • Casablanca • Doha • Dubai • Düsseldorf • Frankfurt • Hong Kong • Istanbul • Jakarta\* • London • Luxembourg • Madrid • Milan • Moscow • Munich • New York • Paris • Perth • Prague • Rome • São Paulo • Seoul • Shanghai • Singapore • Sydney • Tokyo • Warsaw • Washington, D.C.

\*Linda Widyati & Partners in association with Clifford Chance.

Clifford Chance has a co-operation agreement with Abuhimed Alsheikh Alhagbani Law Firm in Riyadh.

Clifford Chance has a best friends relationship with Redcliffe Partners in Ukraine.

Clifford Chance has entered into association agreements with Clifford Chance Prague Association s.r.o., advokátní kancelář in Prague and Clifford Chance Badea SPRL in Bucharest



**Jan Dobry**  
Counsel, Praha

Email: jan.dobry  
@cliffordchanceprague.com  
Telefonní číslo: +420 737 615 575



**Filip Rehák**  
Advokát, Praha

Email: filip.rehak  
@cliffordchanceprague.com  
Telefonní číslo: +420 604 615 655



**Tereza Juráková**  
BD a HR Manažerka, Praha

Email: tereza.jurakova  
@cliffordchanceprague.com  
Telefonní číslo: +420 723 693 006