KOR
2026.



Tko se boji EmpCa još?

Gorana Pavičić Ništević
Ivana Klarić

Spring+shift

HR PSOR HRIO HRVATSKI INDEKS ODRŽIVOSTI

ured@hrpsor.hr

www.hrpsor.hr

53 %

tvrdnji o utjecaju na okoliš nisu dovoljno jasne, obmanjujuće su ili neutemeljene

40 %

okolišnih tvrdnji nije poduprto dokazima

Istraživanje Europske komisije

HR PSOR

Direktiva (EU) 2024/825

Direktiva o jačanju položaja potrošača za zelenu tranziciju. mijenja dva temeljna akta potrošačkog prava, pa se u Hrvatskoj primjenjuje u Zakonu o zaštiti potrošača.

26.3.2024.	27.3.2026.	9.6.2026.	27.9.2026.
stupanje na snagu direktive	rok za transpoziciju u nacionalno pravo	transpozicija u ZZP: NN 59/2026	početak primjene novih pravila

Mijenja UCPD Direktivu 2005/29/EZ (Unfair Commercial Practices Directive)

Nepoštena poslovna praksa. Dodaje nove definicije, nova pravila o obmanjujućim radnjama i 12 novih točaka na „crnu listu“ praksi zabranjenih u svim okolnostima.

U RH: čl. 4., 33.-37. ZZP-a

Mijenja CRD Direktivu 2011/83/EU (Consumer Rights Directive)

Prava potrošača. Uvodi obveznu predugovornu informaciju o komercijalnom jamstvu trajnosti, razdoblju ažuriranja softvera, ocjeni popravljivosti i dostupnosti rezervnih dijelova.

U RH: čl. 46. i 60. ZZP-a

Izvori: Direktiva (EU) 2024/825 (HR) · NN 59/2026, akt 728

Na koga i što se odnosi?

Sva poduzeća u B2C komunikaciji

Svi kanali komunikacije

Web(shop)	Društvene mreže
Medijski istupi	Proizvodi
Prezentacije na konferencijama	
Oznake na prodajnim mjestima	
Oglasi i reklame	Letci i brošure

Što je sve definirano direktivom?

- Tvrdnje o održivosti
- Ciljevi održivosti
- Oznake održivosti
- Održivo korištenje

HR PSOR

Tvrdnje o održivosti moraju biti…

Konkretne, istinite, provjerljive

Jasno komunicirati odnose li se na aspekt ili cijeli proizvod

Ponuditi dokaz/pojašnjenje na istom mjestu

Tvrdnje o održivosti ne smiju…

Isticati nebitne značajke

Isticati nešto što je svima obveza kao prednost

Implicirati ugljičnu neutralnost na temelju kompenzacija

Oznake održivosti

Moraju biti priznata od javnih tijela ili biti utemeljena na programu certificiranja

Vlastite oznake ili logotipi koji mogu sugerirati okolišnu učinkovitost nisu dopušteni

Ciljevi održivosti

Nema obećanja bez plana!

Postizanje ciljeva treba dokazati detaljnim, realističnim i javno dostupnim provedbenim planom

Planove moraju redovito revidirati i potvrđivati kvalificirane treće strane

Korištenje proizvoda

Rano zastarijevanje

Trajnost i popravljivost

Softver

Još neke poznate greenwashing taktike/prakse

Selektivni prikaz (cherry picking)

Vizualne sugestije (false visual framing)

Prebacivanje odgovornosti na kupca

Tokenizam

HR PSOR

A sad… greenwashing kviz

Provjerimo koliko vam radi greenwashing radar.

Svaki stol = kviz ekipa. Dogovorite se oko imena.

Ne zaboravite ga upisati na predložak za odgovore.

20 pitanja
Točni odgovori; pitanje procjene u slučaju izjednačenja
Proglašenje pobjednika

HR PSOR

Greenwashing radar
Runda 1
Standardna pub kviz pitanja

Otvorena pitanja.
Ukupno 5 bodova.

HR PSOR

1. ”Pomozite nam sačuvati tisuće litara vode i deterdženta: ručnike koje želite ponovo koristiti ostavite na vješalici, a prljave odložite na pod.” Ovaj poznati poziv, koji se smatra jednom od prvih praksi greenwashinga, dolazi iz koje industrije?

2. Koji je poznati modni brend koristio naziv *Conscious* za svoju liniju proizvoda i bio predmet kritika zbog načina na koji je komunicirao njihove atribute održivosti?

3. Pod kojim je nazivom poznata predložena direktiva Europske unije koja je trebala detaljnije urediti dokazivanje i komunikaciju okolišnih tvrdnji, poput „ekološki prihvatljivo” ili „klimatski neutralno”?

4. Kako se naziva praksa kojom poduzeća, iz straha da će ih se optužiti za greenwashing, ograničavaju komunikaciju svojih praksi održivosti?

5. Koji je proizvođač automobila svojedobno bio u središtu afere Dieselgate nakon što je otkriveno da je softver u njegovim dizelskim vozilima manipulirao rezultatima testova emisija?

Greenwashing radar
Runda 2
Izbaci uljeza

Između ponuđenih odgovora izaberi točan.
Ukupno 5 bodova.

HR PSOR

1. Tri oznake povezane su s definiranim sustavima certificiranja. Koja je uljez?

A 

B 

C 

D 

2. Koji od ovih simbola ne govori ni od kojeg je materijala ambalaža, ni da je reciklabilna?

A



B



C



D



3. Tri tvrdnje su konkretne i provjerljive, a jedna je općenita okolišna poruka. Koja je uljez?

A Naš je proizvod osmišljen s ciljem smanjenja utjecaja na okoliš.

B Emisije CO_2 u proizvodnji smanjene su za 25 % u odnosu na 2023.

C Ambalaža sadrži 80 % recikliranog kartona.

D Proizvod sadrži FSC certificirano drvo.

4. Tri su prakse zabranjene Direktivom EmpCo. Koja ostaje dopuštena ako je istinita i dokaziva?

A Vlastiti logo Eco Choice

B Korištenje oznake za recikliran materijal bez dokaza

C Revidiran podatak o 25 % manje emisija u proizvodnji u odnosu na 2020.

D 100 % prirodni napitak

5. Koja je od ovih oznaka povezana s certificiranjem šuma i proizvoda od drva/celuloze?

A 

B 

C 

D 

Greenwashing radar
Runda 3
Prepoznaj taktiku

Što izaziva red flag?
Ukupno 5 bodova.

HR PSOR

1. Prepoznaj taktiku: poduzeće komunicira da je u proizvodnji svog proizvoda smanjilo potrošnju vode za 40 posto. Istovremeno, ne spominje da su porasle emisije stakleničkih plinova te količina otpada.

2. Prepoznaj taktiku: poduzeće priprema novi vizualni identitet za svoju robnu marku deterdženata. Iako sastav i način proizvodnje nije mijenjan, u televizijskom spotu obitelj pere rublje, dok se u pozadini izmjenjuju kadrovi netaknute prirode.

3. Prepoznaj taktiku: proizvod se oglašava kao *CFC-free*, iako su CFC spojevi već godinama zakonom zabranjeni u toj kategoriji proizvoda.

4. Kako se naziva praksa kojom poduzeće pokušava umanjiti emisije svojeg proizvoda ili poslovanja financiranjem projekata koji smanjuju ili uklanjaju emisije drugdje?

5. Prepoznaj taktiku: restoran provodi kampanju informiranja gostiju o svom programu recikliranja slamki koje dolaze uz pića koja poslužuje. Istovremeno, restoran nema praksu razdvajanja drugog otpada i ne provodi aktivnosti za smanjenje količina otpada koje nastaju u poslovanju.

Greenwashing radar
Runda 4
Što nedostaje?

Odaberi točan odgovor za utemeljenu tvrdnju.
Ukupno 5 bodova.

HR PSOR

1. Poduzeće je objavilo cilj i godišnje izvještava o emisijama, ali nema detaljan plan provedbe. Što je potrebno za utemeljenje ovakve tvrdnje o budućem okolišnom učinku?

A Realističan i provjeren plan s mjerljivim ciljevima i resursima

B Potpisana izjava Uprave da je cilj strateški prioritet

C Objavljivanje ukupnih emisija za posljednju godinu

D Kupnja ugljičnih kredita za očekivane emisije u 2030.

2. Na internetskoj stranici poduzeće navodi da je ambalaža izrađena od 80 % reciklirane plastike. Na samoj ambalaži nema jasnog pojašnjenja tvrdnje „eco-friendly”. Što nedostaje?

A Zeleni simbol na ambalaži

B Povećanje recikliranog sadržaja ambalaže na 100 %

C Oznaka certifikata koji dokazuje priznatu izvrsnu okolišnu učinkovitost

D Objava tvrdnje na društvenim mrežama

3. Na vrećici za otpatke piše „biorazgradivo“. Što nedostaje?

A Sastav vrećice

B Veća slova uz tvrdnju

C Uputa da se vrećica odloži u miješani otpad

D Informacija u kojim se uvjetima i u kojem roku vrećica razgrađuje

4. Kompanija u svoj webshop želi uvesti filter za pretragu pod nazivom „održivo”. Kriteriji za svrstavanje proizvoda pod ovu oznaku nisu razrađeni. Koji kriterij je potreban?

A Da su pod filterom lokalni proizvodi

B Da su pod filterom proizvodi koji nose priznati certifikat održivosti

C Da su pod filterom veganski proizvodi

D Da su pod filterom proizvodi sa smanjenom ambalažom

5. Tvrtka oglašava svoj proizvod kao „klimatski neutralan“, navodeći da je to rezultat projekta pošumljavanja. Što je problem?

A Nije dokazano da proizvod nije proizveden uz neto nulte emisije

B Nije navedeno koja su područja pošumljena

C Tvrdnja se temelji se na kompenzaciji, a ne na smanjenju emisija proizvoda

D Nije dokazano da proizvod nema emisije tijekom uporabe

Točni odgovori

HR PSOR

Greenwashing radar
Runda 1
Standardna pub kviz pitanja

Otvorena pitanja.
Ukupno 5 bodova.

HR PSOR

1. ”Pomozite nam sačuvati tisuće litara vode i deterdženta: ručnike koje želite ponovo koristiti ostavite na vješalici, a prljave odložite na pod.” Ovaj poznati poziv, koji se smatra jednom od prvih praksi greenwashinga, dolazi iz koje industrije?

Turizam

2. Koji je poznati modni brend koristio naziv *Conscious* za svoju liniju proizvoda i bio predmet kritika zbog načina na koji je komunicirao njihove atribute održivosti?

H&M

3. Pod kojim je nazivom poznata predložena direktiva Europske unije koja je trebala detaljnije urediti dokazivanje i komunikaciju okolišnih tvrdnji, poput „ekološki prihvatljivo” ili „klimatski neutralno”?

Direktiva o zelenim tvrdnjama
Green Claims Directive

4. Kako se naziva praksa kojom poduzeća, iz straha da će ih se optužiti za greenwashing, ograničavaju komunikaciju svojih praksi održivosti?

Greenhushing

5. Koji je proizvođač automobila svojedobno bio u središtu afere Dieselgate nakon što je otkriveno da je softver u njegovim dizelskim vozilima manipulirao rezultatima testova emisija?

Volkswagen

Greenwashing radar
Runda 2
Izbaci uljeza

Između ponuđenih odgovora izaberi točan.
Ukupno 5 bodova.

HR PSOR

1. Tri oznake povezane su s definiranim sustavima certificiranja. Koja je uljez?

A



B



C



D

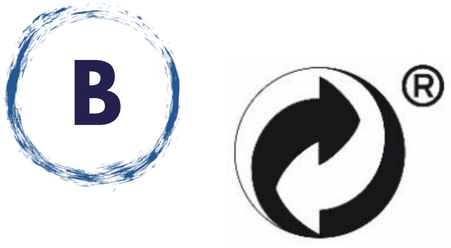


2. Koji od ovih simbola ne govori ni od kojeg je materijala ambalaža, ni da je reciklabilna?

A



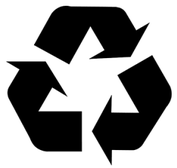
B



C



D



3. Tri tvrdnje su konkretne i provjerljive, a jedna je općenita okolišna poruka. Koja je uljez?

A Naš je proizvod osmišljen s ciljem smanjenja utjecaja na okoliš.

B Emisije CO_2 u proizvodnji smanjene su za 25 % u odnosu na 2023.

C Ambalaža sadrži 80 % recikliranog kartona.

D Proizvod sadrži FSC certificirano drvo.

4. Tri su prakse zabranjene Direktivom EmpCo. Koja ostaje dopuštena ako je istinita i dokaziva?

A Vlastiti logo Eco Choice

B Korištenje oznake za recikliran materijal bez dokaza

C Revidiran podatak o 25 % manje emisija u proizvodnji u odnosu na 2020.

D 100 % prirodni napitak

5. Koja je od ovih oznaka povezana s certificiranjem šuma i proizvoda od drva/celuloze?

A



B



C



D



Greenwashing radar
Runda 3
Prepoznaj taktiku

Što izaziva red flag?
Ukupno 5 bodova.

HR PSOR

1. Prepoznaj taktiku: poduzeće komunicira da je u proizvodnji svog proizvoda smanjilo potrošnju vode za 40 posto. Istovremeno, ne spominje da su porasle emisije stakleničkih plinova te količina otpada.

Selektivno prikazivanje (cherry picking)

2. Prepoznaj taktiku: poduzeće priprema novi vizualni identitet za svoju robnu marku deterdženata. Iako sastav i način proizvodnje nije mijenjan, u televizijskom spotu obitelj pere rublje, dok se u pozadini izmjenjuju kadrovi netaknute prirode.

Vizualne sugestije (false visual framing)

3. Prepoznaj taktiku: proizvod se oglašava kao *CFC-free*, iako su CFC spojevi već godinama zakonom zabranjeni u toj kategoriji proizvoda.

Isticanje obveze kao prednosti

4. Kako se naziva praksa kojom poduzeće pokušava umanjiti emisije svojeg proizvoda ili poslovanja financiranjem projekata koji smanjuju ili uklanjaju emisije drugdje?

Offsetting/kompenzacije

5. Prepoznaj taktiku: restoran provodi kampanju informiranja gostiju o svom programu recikliranja slamki koje dolaze uz pića koja poslužuje. Istovremeno, restoran nema praksu razdvajanja drugog otpada i ne provodi aktivnosti za smanjenje količina otpada koje nastaju u poslovanju.

Tokenizam

Greenwashing radar
Runda 4
Što nedostaje?

Odaberi točan odgovor za utemeljenu tvrdnju.
Ukupno 5 bodova.

HR PSOR

1. Poduzeće je objavilo cilj i godišnje izvještava o emisijama, ali nema detaljan plan provedbe. Što je potrebno za utemeljenje ovakve tvrdnje o budućem okolišnom učinku?

A Realističan i provjeren plan s mjerljivim ciljevima i resursima

B Potpisana izjava Uprave da je cilj strateški prioritet

C Objavljivanje ukupnih emisija za posljednju godinu

D Kupnja ugljičnih kredita za očekivane emisije u 2030.

2. Na internetskoj stranici poduzeće navodi da je ambalaža izrađena od 80 % reciklirane plastike. Na samoj ambalaži nema jasnog pojašnjenja tvrdnje „eco-friendly”. Što nedostaje?

A Zeleni simbol na ambalaži

B Povećanje recikliranog sadržaja ambalaže na 100 %

C Oznaka certifikata koji dokazuje priznatu izvrsnu okolišnu učinkovitost

D Objava tvrdnje na društvenim mrežama

3. Na vrećici za otpatke piše „biorazgradivo“. Što nedostaje?

A Sastav vrećice

B Veća slova uz tvrdnju

C Uputa da se vrećica odloži u miješani otpad

D Informacija u kojim se uvjetima i u kojem roku vrećica razgrađuje

4. Kompanija u svoj webshop želi uvesti filter za pretragu pod nazivom „održivo”. Kriteriji za svrstavanje proizvoda pod ovu oznaku nisu razrađeni. Koji kriterij je potreban?

A Da su pod filterom lokalni proizvodi



B Da su pod filterom proizvodi koji nose priznati certifikat održivosti

C Da su pod filterom veganski proizvodi

D Da su pod filterom proizvodi sa smanjenom ambalažom

5. Tvrtka oglašava svoj proizvod kao „klimatski neutralan“, navodeći da je to rezultat projekta pošumljavanja. Što je problem?

A Nije dokazano da proizvod nije proizveden uz neto nulte emisije

B Nije navedeno koja su područja pošumljena

C Tvrdnja se temelji se na kompenzaciji, a ne na smanjenju emisija proizvoda

D Nije dokazano da proizvod nema emisije tijekom uporabe

Pitanje procjene

Što mislite, koliko se prosječno puta riječ *održivost* pojavljuje u izvještajima o održivosti za prošlu godinu?

HR PSOR

KOR
2026.



Tko se boji EmpCa još?

HVALA ŠTO STE SE IGRALI S NAMA!

spring-shift.com

info@spring-shift.com

HR PSOR HRIO HRVATSKI INDEKS ODRŽIVOSTI