

# Možnosti zvýšení účinnosti Národních programů EŠV a EMAS

## 1 Základní analýza

Úkolem jmenovaných Národních programů je podpořit používání příslušných dobrovolných nástrojů v praxi a přispět tak ke snížení negativního dopadu výroby a spotřeby na životní prostředí. Vzhledem k tomu, že ve všech třech případech se jedná o nástroje regulační, lze zvýšení environmentální účinnosti Národních programů dosáhnout dvojí cestou:

- zvyšováním environmentální účinnosti příslušných dobrovolných nástrojů
- rozšiřováním jejich používání, především pak zvyšováním počtu subjektů, jež budou daný nástroj v praxi aplikovat.

### 1.1 Environmentální účinnost nástroje

Environmentální účinnost samotného nástroje je dána charakterem nástroje a je ovlivnitelná způsobem jeho aplikace. Environmentální účinnost nástroje závisí v každém případě především na práci Agentury příslušného Národního programu. Pracovníci příslušné Agentury musí sledovat vývoj daného nástroje ve světě, případně se o něj snažit sami a zjištěné poznatky co nejdříve aplikovat ve svém Národním programu a také předávat stávajícím i potenciálním uživatelům nástroje.

Agentura příslušného Národního programu by také měla zajistit, aby uživatel používal nástroj metodicky správným způsobem a měla by jej informovat o možných synergiích s jinými dobrovolnými nástroji. V praxi to znamená, že Agentury Národních programů by měly zajišťovat nejen rychlý přenos informací o vývoji nástroje přes internet, ale také vydávání odpovídajících publikací, především informačních letáků, populárně zaměřených článků a metodických příruček zaměřených vždy na jednu určitou skupinu uživatelů. Dále by Agentury Národních programů měly čas od času vykonávat i určitou prověrku náplně relevantně vzdělávacích kursů, které jsou nabízeny vzdělávacími institucemi. Je třeba zjistit, zda jsou frekventanti těchto (většinou placených kursů) dostatečně informováni a zda v těch případech, kdy vzdělávací instituce vydávají nejen potvrzení o absolvování kursů, ale i certifikát opravňující absolventa k vykonávání příslušné funkce, mají příslušné instituce pro tuto činnost akreditaci.

V současné době by se taková prověrka měla týkat především kursů zaměřených na vydávání certifikátů Manažer EMS a Auditor EMS. Český institut pro akreditaci spoluprací v tomto směru vřele uvítá. Agentury jmenovaných Národních programů mohou v těchto případech také snadno spolupracovat s EVVO, tj. s oddělením pro environmentální vzdělávání a výchovu, neboť jak Agentury, tak EVVO jsou částí úseku hodnocení a vzdělávání na CENIA, české informační agentuře životního prostředí. V případě Národního programu čistší produkce, kde je v současné době činnost jak Agentury NP CP, tak i činnost Národního centra CP zajišťována dohromady jen jedním pracovníkem, by bylo možné využít ke spolupráci členů Asociace manažerů čistší produkce.

### 1.2 Environmentální účinnost Národního programu

Environmentální účinnost Národního programu jako celku závisí vedle environmentální účinnosti nástroje ještě na míře používání nástroje. Čím více je nástroj používán, tím více dochází ke snížení negativního dopadu na životní prostředí. Agentury příslušných Národních programů se proto musí snažit hledat a využívat způsoby jak zvýšit zájem potenciálních uživatelů o používání daných nástrojů. I když environmentálně uvědomělé subjekty, jako např. ekologické organizace, by měly nástroje používat už jen v důsledku svého přesvědčení, musí Agentury Národních programů zajistit, aby se k nim potřebné informace o vývoji, působení a používání nástroje dostávaly včas a ve srozumitelné formě.

Pokud jde o podporu zájmu dalších zájmových skupin je z hlediska udržitelné výroby zapotřebí zvýšit zájem o používání daných nástrojů příslušných Národních programů především u podnikatelů. V tomto případě je předávání informací podmínkou nutnou, ale ne dostačující. neboť o používání dobrovolných nástrojů, budou mít podnikatelé zájem jen tehdy, jestliže budou očekávat, že jim jeho používání bude přinášet nějaký ekonomický užitek, jako např. zvýšení zisku, zvýšení obrátu, zlepšení pozice na trhu, zvýšení konkurenceschopnosti a pod. Tuto tzv. pozitivní zpětnou vazbu mohou v podstatě poskytovat všechny tři nástroje, nicméně způsob, kterým se tak děje a faktory, které mohou ovlivňovat její rozsah a velikost se navzájem liší. Je proto třeba u všech tří nástrojů určit mechanismus vzniku pozitivní zpětné vazby, možnosti

jejího ovlivňování a případně i najít způsoby na její rozšíření a určit vnější podmínky, které mohou nalezené způsoby podporovat a zvyšovat tak ekonomickou efektivnost použití nástroje z hlediska podnikatelů.

## **2. Možnosti zvýšení pozitivní zpětné vazby u Národního programu EŠV**

### **2.1 Mechanismus NP EŠV**

Národní program EŠV uděluje podle zásad a postupů v ČSN ISO 14024 a v ČSN ISO 14020 výrobcům a distributorům licence opravňující je k používání značky ekologicky šetrný výrobek. Udělení této značky v rámci dané výrokové kategorie (druhu výrobku) znamená, že se z ekologického hlediska jedná o celkově nejvhodnější výrobek maximálně šetřící životní prostředí, a to v průběhu jeho celého životního cyklu.

Specifickým rysem národního programu EŠV, který jej také odlišuje od NP EMAS a NP CP je možnost disponovat s určitými finančními prostředky. Tyto prostředky získává Agentura NP EŠV, neboť za propůjčení značky ekologicky šetrný výrobek, musí každý podnik za každý druh výrobku zaplatit Agentuře NP EŠV částku 20 000 Kč. Získané prostředky může Agentura NP EŠV využít k podpoře NP EŠV.

Záměrem a specifickým rysem NP EŠV je nutnost vyvolat vznik trhů s příslušnými ekologicky šetrnými výrobky, které by pak tržními mechanismy přiměly časem všechny výrobce k výrobě ekologicky šetrných výrobků, čímž by bylo dosaženo výrazného poklesu negativních vlivů na životní prostředí. Vznik trhů s ekologicky šetrnými výrobky však nemůže být zajištěn jen nabídkou, Je třeba zajistit i poptávku po ekologicky šetrných výrobcích čili vzbudit zájem zákazníků a spotřebitelů. V tomto případě je nutné si uvědomit, že i když celkový sortiment nabídky ekologicky šetrných výrobků stanovuje Agentura EŠV, a to výběrem výrokových kategorií, tvoří tato nabídka jen základ trhu s ekologicky šetrnými výrobky a v žádném případě ji v současné době nelze (jak se často děje) ztotožňovat s marketingem, ten si musí u příslušných výrobků provést sami podnikatelé (výrobci a distributoři ekologicky šetrného výrobku). Teprve časem, až budou výrobky se značkou ekologicky šetrného výrobku aktivně vyhledávány spotřebiteli a zákazníky, lze předpokládat možnost určitého snížení marketingových výdajů.

V případě, že se podaří trh s ekologicky šetrnými výrobky vytvořit může výroba, distribuce a prodej ekologicky šetrného výrobku přinášet podnikateli očekávaný užitek v důsledku značného zvýšení obratu označeného výrobku a zvýšení konkurenceschopnosti, zlepšení pověsti podniku, úspěchu ve výběrových řízeních (především u tzv. zelených zakázek) a také v některých případech i snížením nákladů, jak na reklamu, tak i tím, že výroba EŠV může být v některých případech ekonomičtější než výroba původního výrobku. Posledně jmenovaný případ a úspěch ve výběrovém řízení jakož i zlepšení pověsti podniku mohou za jistých okolností nastat i bez vzniku trhu, pouze na základě té skutečnosti, že podnik získal pro své výrobky značku ekologicky šetrný výrobek a dovede této skutečnosti v obchodním jednání dobře využít, nicméně efekty z toho vyplývající mívají jednorázový a ne požadovaný stálý charakter. Výjimkou mohou být případy, ke kterým někdy dochází při vývozu výrobku, kdy značka ekologicky šetrný výrobek svým způsobem supluje značku jakosti, neboť zahraniční firmy ví, že výrobky by nedostaly značku ekologicky šetrný výrobek kdyby nesplňovaly požadavky, které stanovují příslušné výrokové normy a automaticky je považují za kvalitnější.

Vytvoření trhu s ekologicky šetrnými výrobky je velmi složitá a časově náročná záležitost, která je ovlivňovaná mnoha faktory především mnoha zájmovými skupinami a zainteresovanými stranami, z nichž každá může určitými způsoby ke vzniku pozitivní zpětné vazby přispívat.

## **2.2 Vlivy zájmových skupin na zvýšení pozitivní zpětné vazby**

### **2.2.1 Vliv Agentury NP EŠV**

Z činností, které Agentura NP EŠV v Národním programu zajišťuje, je vznik trhu a rozsah zpětné pozitivní vazby ovlivňován především: výběrem výrokových kategorií, zajišťováním dostatečné informovanosti zájmových skupin tvořících složky trhu a propagací NP EŠV, jeho významu a značky.

- 1) Výběr výrokových kategorií,

Jedná se o druhy výrobků, které budou tvořit základ nabídky budoucích trhů s ekologicky šetrnými výrobky. Všeobecně se doporučuje, aby výrobkové kategorie byly co nejvíce zaměřeny na výrobky spotřebního charakteru denní spotřeby. To však je jen doporučení, které v žádném případě neznamená vyloučení ostatních výrobků na které se český Národní program vztahuje. V době, kdy není značka ekologického výrobku všeobecně známa a akceptována veřejností, je třeba uvítat každou možnost vedoucí k tvorbě výrobkových kategorií, o které budou mít výrobci zájem.

2) Zajišťování dostatečné informovanosti zájmových skupin tvořících složky trhu (výrobců, prodejců a především zákazníků a spotřebitelů, kteří byli doposud dosti opomíjeni). Nejlepším řešením v tomto případě je vydávání speciálních informačních brožurek, případně metodických příruček zaměřujících se vždy na danou skupinu. I když Agentura NP EŠV vydala již dvě příručky týkající se NP EŠV, z nichž první byla přeložena také do angličtiny, nevznikla tím ještě potřebná široká informovanost. Hlavním důvodem bylo převládající zaměření příručky přednostně na výrobce, což ovlivňovalo její distribuci. Příručky se také nestaly předmětem trhu, nebylo možné je zakoupit v prodejnách. Byly buď přímo poskytovány jednotlivým výrobním firmám nebo předkládány při různých příležitostech jako jsou konference, kongresy, veletrhy a pod.

Do budoucna je proto třeba zvážit zlepšení distribuce příruček a především možnost vydání knížky nebo brožurky, jež by byla běžně na trhu a dostupná tak celé široké veřejnosti. Měla by být orientovaná více na spotřebitele, kterému by názorným způsobem ilustrovala výhody ekologicky šetrných výrobků. Příručku pro spotřebitele by bylo možné doplnit, popřípadě spojit s Katalogem ekologicky šetrných výrobků. Publikace by měla být k dispozici jak na trhu, tak na nejrůznějších ekologicky zaměřených akcích, např. veletrhů. Náklady na Katalog by přitom bylo jistě možné uhradit z příspěvků jednotlivých firem vyrábějících ekologicky šetrné výrobky. Firmy by mohly dodat i barevné fotografie svých ekologicky šetrných výrobků. Z praktických důvodů by bylo vhodné mít Katalog také v digitální formě.

Jedním z dosud opomíjených faktorů je také možnost vyžadovat a kontrolovat zda v rámci vzdělávacích kursů připravujících k certifikaci auditory a manažery environmentálních manažerských systémů (EMS), jsou do těchto kursů zařazovány i přednášky o NP EŠV. Mnoho kursů se zabývá hlavně zaváděním EMS dle ISO 14001 a zde by měly být tyto přednášky vyžadovány, neboť do stejné řady norem patří i norma ISO 14024, která je přímo definována jako jeden z nástrojů důležitý při zavádění environmentálního manažerského systému.

### 3) Propagace NP EŠV, jeho významu a značky

Propagace NP EŠV a jeho značky a významu představuje obecně realizaci stálé, rozsáhlé a účinné prezentace relevantních informací na veřejnosti. Agentura NP EŠV se v tomto směru již velmi dobře osvědčila, a to propagací značky ekologicky šetrný výrobek ve školách. Jedná se o velmi dobře připravený projekt, který se v praxi osvědčuje a jeho zaměření na děti, jež představují nejen budoucí potenciální podnikatele a spotřebitele, ale také současné partnery a kritiky svých rodičů je velmi důležitá. Nabízí se možnost rozšíření projektu o ukázky ekologicky označených výrobků (bylo by možné využít již shora zmíněného Katalogu) a motivovat tak další výrobce (především hraček, sportovního zboží, elektronických výrobků a předmětů používaných běžně v domácnostech) k získání značky ekologicky šetrný výrobek. Zároveň se zde naskytá možnost získání určitého sponzorství projektu.

Důležitým propagačním, informačním a poradenským nástrojem Agentury NP EŠV jsou její internetové stránky, kde jsou uvedeny potřebné kontakty (jméno, telefon, email) pro případné dotazy.

Na dobrém vedení stránek velmi záleží. Je třeba, aby zde byl uveden stručný výklad NP EŠV a jeho významu, postupy pro žadatele při podávání žádosti o udělení značky ekologicky šetrný výrobek, seznam stávajících výrobkových kategorií, (v novinkách pak zdůraznit zavedení nové výrobkové kategorie), seznam a plné znění stávajících směrnic, informace o ekolabelingovém systému EU včetně příslušných výrobkových kategorií a možnosti jak získat ekoznačku EU, a informace týkající se GEN, atp. V novinkách by měly být uveřejňovány i události, které mohou zvýšit odbyt ekologicky šetrných výrobků. Například v současné době by zde mohla být zpráva o vydání Usnesení vlády č.457 z 20.dubna 2005, které povede k většímu zájmu o ekologicky šetrné výrobky (viz dále kap.2.3.3).

Propagaci NP a pozitivní zpětné vazbě značně napomáhá uveřejňování označených výrobků se jmény jejich výrobců. Z tohoto hlediska by bylo vhodné, aby odkazy na webovou stránku Agentury NP EŠV byly uváděny nejen na webových stránkách MŽP, ale také na stránkách MPO, Svazu průmyslu, Svazu na ochranu spotřebitelů a mnoha dalších institucí, především ekologických organizací.

Vedle internetové adresy je třeba vydávat reklamní letáky, publikovat populární články a pokud to je finančně únosné, zapojovat do propagační činnosti media, tisk, televizi. Ovšem tyto služby je nutné

pečlivě zvažovat především z hlediska vztahu mezi cenou a způsobem předávání informace (frekvencí, formou, atp.), neboť v některých případech je výsledná efektivnost velmi nízká.

Stejně tak je nutné pečlivě zvažovat ekonomickou efektivnost a účinnost využívání různých reklamních ploch a reklamních světelných tabulí a jiných podobných prostředků. Při akceptování těchto akcí je třeba mít na paměti, že jejich cena závisí také na místě jejich konání. Mohou se například vyplatit v menších městech, kde je jednak jejich realizace levnější než například v Praze a zároveň i účinnější, neboť není oslabována současně pořádanými dalšími akcemi. V každém případě je nutné počítat s tím, že účinek těchto statických reklam se s časem snižuje a reklamy se stávají pouhou kulisou, kterou lidé přestanou vnímat.

Některé propagační aktivity je možné zlevnit zapojením studentů, kteří mohou provádět menší akce, např. rozdávání informačních letáčků, vylepování plakátů a pod. Vzhledem k vysokým finančním požadavkům agentur provádějících výzkum veřejného mínění, je vhodné zapojit do těchto anket studenty (nejen z oborů životního prostředí, ale i ze sociologie, psychologie, novinářství a pod.). Ve spolupráci s vysokými školami by bylo možné zajistit tak pravidelně prováděný dotazníkový průzkum, který by vedle zjištění účinnosti prováděné propagace přispěl i k dalšímu rozšíření znalostí o NP EŠV. Způsoby průzkumu mohou být různé. Může jít o seminární, bakalářské nebo diplomové práce, případně i o větší vzájemně koordinované projekty. Místo realizace lze také snadno přizpůsobovat potřebě projektu. Výhodou těchto průzkumů je i zpětné působení na vysokoškolské studenty, které v nich, budoucích vedoucích pracovnících, upevní pozitivní přístup k ochraně životního prostředí.

### 2.2.2 Vliv podnikatelů

Většina podnikatelů zaměřujících se o získání značky ekologicky šetrný výrobek se domnívá, že získáním značky se jim okamžitě zvýší obrat označeného výrobku. Tito podnikatelé by měli být Agenturou NP EŠV varováni, že zvýšení obratu ekologicky šetrného výrobku není v žádném případě samozřejmou záležitostí, ale že vyžaduje stejnou marketingovou práci, jakou podnik běžně odvádí u neoznačeného výrobku s tím rozdílem, že ekologicky šetrný výrobek má větší naději na úspěch.

Úspěch ekologicky šetrného výrobku může podnikatel zvýšit také tím, že podá Agentuře NP EŠV návrh na vypracování směrnice pro jím navrhovanou výrobovou kategorii. Jestliže Agentura žádosti podnikatele vyhoví, zajistí si tak podnikatel prvenství v prodeji ekologicky šetrného výrobku a při dobrém marketingu může dojít ke značnému zvýšení obratu. Při žádosti o ustanovení určité výrobové kategorie si podnikatel ovšem musí uvědomit, že udělení značky ekologicky šetrný výrobek mu zázračně rychle nezvýší odbyt u těch výrobků, které nepatří k výrobkům masové denní spotřeby, jako jsou např. kotle pro vytápění rodinných domků a podobně. Nedoporučuje se také žádat o ustanovení výrobové kategorie v případě monopolního postavení daného výrobku na trhu. V tomto případě, kdy neexistují konkurenti, by bylo vypracování potřebné směrnice, což není levná záležitost, velmi ekonomicky neefektivní neboť by nesplňovalo hlavní účel Národního programu, tj. přimět k získání značky ekologicky šetrný výrobek i další výrobce. Při jednání s Agenturou NP EŠV musí podnikatel dbát také na to, aby značka ekologicky šetrný výrobek byla náležitě velká a na výrobku či obalu výrobku byla nápadně umístěna. Velikost i umístění a vybarvení značky závisí na dohodě s Agenturou EŠV a je pak stanoveno v licenční smlouvě, kterou je nutno dodržovat.

Ke zvýšení obratu svého ekologicky šetrného výrobku může podnikatel přispět zveřejňováním informací o ekologicky vhodných vlastnostech výrobku, případně může citovat číslo a název směrnice příslušné výrobové kategorie, jejíž požadavky daný výrobek splňuje. Pro zveřejňování informací o ekologicky šetrném výrobku může podnikatel využívat výroční zprávy, vlastní environmentální tvrzení podle ČSN EN ISO 14021 a environmentální prohlášení podle ČSN ISO/TR 14025. Význam značky ekologicky šetrný výrobek může být vysvětlován i v návodu k jeho použití. Výrobek může podnikatel také vystavovat spolu s vysvětlením významu ekoznačky a se zdůrazněním jeho vlastností.

V této souvislosti je třeba poznamenat, že by podnikatelé vyrábějící ekologicky šetrné výrobky měli, pokud to je možné, vycházet při výrobě co nejvíce z materiálů či dílčích výrobků, které jsou také ekologicky šetrné. Zveřejňování této skutečnosti v uvedených informačních formách značně přispěje ke zvýšení všeobecnému zájmu o ekologicky šetrné výrobky čili zpětně i o vlastní výrobky podnikatele. Podnikatelé by také měli využívat zelené nakupování (zásobování) a zelené veřejné zakázky, jak je dále popsáno v kap. 2.2.6.

### 2.2.3 Vliv maloobchodníků

Ke zvýšení obratu ekologicky šetrných výrobků mohou velmi značně přispět prodejci, a to několika konkrétními opatřeními. Především by propagace ekologicky šetrných výrobků měla začínat už u vchodu do obchodu, kam lze umístit nápis, že se v prodejně prodávají ekologicky šetrné výrobky.

Druhým důležitým faktorem, na kterém velmi záleží, je umístění ekologicky šetrných výrobků v prodejně. Toto umístění musí být v prodejně výrazně označeno a označení by mělo být dobře viditelné. Vlastní umístění ekologicky šetrných výrobků by mělo být snadno přístupné. Prováděné výzkumy ukazují, že pokud to je možné, je vhodné při větším množství výrobků, umístit je na jedno společné a dobře označené místo. V případě, že toto uspořádání není z nejrůznějších důvodů vhodné, je třeba mít seznam prodávaných výrobků (nejlépe s fotografiemi) a ten umístit na vhodné místo, např. pod vstupní nápis oznamující prodej ekologicky šetrných výrobků. Jednotlivá místa na nichž jsou různé druhy ekologicky šetrných výrobků umístěny, je však nutné v každém případě opět výrazně označit.

Personál obchodu musí být schopen poskytnout zákazníkovi na požádání všechny podstatné informace o NP EŠV, o jeho významu a značce, o výrobových kategoriích a směrnících a také o rozdílech ekologicky šetrných výrobků ve srovnání s neoznačovanými výrobky. Prodejci by měli mít v prodejně nejen informační letáčky pojednávající obecně o podstatě a významu NP EŠV, ale také kopie směrnic těch ekologicky šetrných výrobků, které prodávají, aby si zákazník mohl sám přečíst jakými parametry se ekologicky šetrné výrobky vyznačují.

Vliv prodejců je velmi důležitý a v žádném případě nesmí být zanedbán. Prodejci tvoří zájmovou skupinu přímo se účastnící trhu, jejíž chování může značně ovlivnit prodej ekologicky šetrných výrobků a přispět tak k žádanému zvýšení jejich obratu. Bohužel ze současných šetření v praxi vyplývá, že prodejci zatím do našeho NP EŠV nejsou vůbec zapojeni. Agentura NP EŠV se snaží najít nějaké možnosti u nákupních řetězců, ale naráží na značnou neochotu či spíše latentní odpor vedoucích pracovníků, což jednání zbytečně protahuje.

Projekt na zapojení prodejců do propagace ekologicky šetrných výrobků, který je nutné realizovat, se bude muset soustředit na malé obchody, které by tak mohly získat určité konkurenční výhody proti obchodním řetězcům. Vzhledem k tomu, že nelze začít se všemi prodejci a také to není nutné ani ekonomicky schůdné, je třeba soustředit se na začátku pouze na tu skupinu prodejců, která prodává výrobky nejobsazenější výrobové kategorie. V našem případě půjde pravděpodobně o barvy a laky ředitelné vodou. Celou akci by měla zastřešovat Agentura NP EŠV a do role instruktorů lze opět s výhodou zapojit v tom směru vyškolené studenty, členy ekologických organizací, popřípadě lektory relevantních vzdělávacích kursů. Náklady na akci lze snížit i tím, že základní školení bude po dohodě s prodejními organizacemi provedeno hromadně. Místo pro konání školení může poskytnout bezplatně MŽP, CENIA, případně o prázdninách i některé university či školy, což opět sníží celkové náklady na akci.

### 2.2.4 Vliv zákazníků a spotřebitelů

Vliv zákazníků a spotřebitelů na vznik pozitivní zpětné vazby je značný, bohužel ale až od té doby, kdy začnou ekologicky šetrné výrobky sami vyžadovat a v obchodech vyhledávat. Znamená to, že aktivnímu působení této skupiny musí předcházet cílená propagace ekologicky šetrných výrobků podložená důvěrou vzbuzujícími informacemi. Z aktivit zaměřených na spotřebitele a zákazníky, jež jsou popsány v předcházejících kapitolách lze za nejdůležitější považovat vydání působivě upravené publikace (paperback nezbuzuje důvěru), která ve své první části seznámí čtenáře srozumitelnou a přijatelnou formou (obrázky, názorné grafy) s hlavními problémy životního prostředí a v druhé části popíše NP EŠV jako jednu z forem snažících se o snižování negativních dopadů výrobků na životní prostředí, (zdůraznit, že v celém životním cyklu) a připojit některé (velmi jednoduché) výpočty, které to dokazují. V závěru nesmí chybět seznam vyráběných ekologicky šetrných výrobků a jejich výrobců, nejlépe i s obrázky označených výrobků, a to tak, aby byla dobře vidět značka ekologicky šetrného výrobku.

Na rozdíl od publikací, které jsou vydávány různými ekologickými organizacemi a které jsou často velmi dobré a velmi poučné, ale které už vyžadují určitý vstřícný přístup čtenáře a ochotu přemýšlet nad textem, by tato publikace neměla počítat se vstřícností a ochotou číst o problémech životního prostředí. Ale svou formou, názornými obrázky a velmi jednoduchými grafy by měla nevstřícného čtenáře, který ji čirou náhodou například kvůli zajímavě vypadající obálce otevřel, zaujmout natolik, že ji prohlédne až do konce, koupí a doporučí známým.

Publikace by se také (i když to je škoda) měla vyvarovat soupisu příkazů týkajících se ekologického chování čtenáře. Tyto příkazy, které přece jen někdy čtenáře matou nepůsobí vždy dobře ani z psychologického hlediska. Někoho irituje jejich rozkazovačný způsob, jiného pak nalezení tvrzení, která na první pohled působí protichůdně.

Náklady na publikaci by měly nést výrobci ekologicky šetrných výrobků, neboť se v podstatě jedná o velmi dobře provedenou reklamu propagující jejich výrobky tím nejlepším způsobem.

### **2.2.5 Vlivy ekologických organizací**

Kromě akceptování zelených nákupů a případně i zelených veřejných zakázek (viz dále kap.2.3.1) mohou ekologické organizace přispívat ke zvyšování pozitivní zpětné vazby především rozšiřováním potřebných informací. Vzhledem k tomu, že ekologické organizace mají dobré kontakty s mladými lidmi a často působí i v odlehlejších oblastech, zvyšovala by jejich spolupráce značně účinnost a efektivnost informačních akcí.

Za tím účelem je nutné zpřesnit přehled stávajících ekologických organizací na EVVO (dochází zde často ke změnám) a zjistit jejich zaměření. Většina ekologických organizací se zaměřuje na akce výlučně ekologické, ochranné a ne na akce environmentální. Je proto třeba provést určité zmapování nejen zájmu jednotlivých ekologických organizací, ale i jejich znalostí, případně je v daném směru vyškolit.

Práci s ekologickými organizacemi může velmi dobře koordinovat EVVO, které, jak již bylo uvedeno je na CENIA, české informační agentuře životního prostředí také v úseku vzdělávání a hodnocení jako Agentura EŠV.

## **2.3 Jiné možnosti**

### **2.3.1 Využití zeleného nakupování (zásobování) a zelených veřejných zakázek**

Zákazníky a spotřebitele lze k užívání a tím i k nákupu ekologicky šetrných výrobků také nutit. Impuls k takové akci vzešel od Evropské komise, která zjistila, že 15 % HDP připadá na nákupy správních orgánů. Doporučila proto aby vedení jednotlivých správních úřadů vydalo interní předpis nařizující přednostní nákup ekologicky šetrných výrobků. V České republice bylo analogicky vydáno usnesení vlády č.720 z 19. července 2000. V tomto usnesení se doporučuje všem členům vlády, vedoucím ostatních úředních orgánů státní správy a přednostům okresních úřadů, aby v jim řízených organizacích:

- byla při zadávání veřejných zakázek jedním z kritérií ekologická šetrnost výrobku (není možné žádat ekologickou značku, ale lze požadovat ta kritéria, jež jsou ve směrnících příslušných ekologicky šetrných výrobků)

- upřednostnili přímý nákup výrobků se značkou ekologicky šetrný výrobek.

O plnění tohoto usnesení je nutné každý rok podávat zprávu Ministrovi životního prostředí, který každoročně k 31.březnu předkládá vládě vyhodnocení daného opatření.

Z hlediska zvýšení pozitivní zpětné vazby lze stejný přístup navrhnout i jiným orgánům, institucím, organizacím a především školám a opět podnikům. Vyhodnocení by se samozřejmě nepředkládala vládě, ale vedení, které by je, například u podniků, opět mohlo dobře využívat pro zlepšení své pověsti. Velký vedlejší vliv by jak zelené nakupování, tak zelené zakázky mělo ve školách, kde se formují přístupy budoucích občanů k životnímu prostředí.

### **2.3.2 Využití Národního systému certifikace ekologicky šetrných služeb cestovního ruchu**

Z podnětu ministerstva životního prostředí, kde byla vypracována Předkládací zpráva a Koncepce Národního systému označování ekologicky šetrných služeb cestovního ruchu bylo dne 20. dubne 2005 přijato Usnesení vlády České republiky č.457 k návrhu Národního systému certifikace ekologicky šetrných služeb cestovního ruchu. Vláda s tímto návrhem souhlasí a ukládá ministrům životního prostředí a pro místní rozvoj zpracovat a do 28.února 2007 předložit návrh Akčního plánu Systému.

Zavedení Národního systému certifikace ekologicky šetrných služeb cestovního ruchu bude mít značný vliv na zvýšení pozitivní zpětné vazby, neboť ubytovací zařízení budou povinny podle předběžných návrhů používat všude, kde to je možné výrobky se značkou ekologicky šetrný výrobek. Vzhledem k té skutečnosti, že se bude jednat o certifikační systém, lze očekávat, že jeho vliv bude značný. Už nyní se tento Systém týká značného počtu výrobních kategorií českého NP EŠV. Například sem patří: ložní prádlo, ručníky, ubrusy, televizory, matrace, nábytek, pračky, myčky, chladničky, vysavače, tvrdé podlahové krytiny, zářivky a přenosné počítače. Do budoucna lze očekávat ještě další zvýšení sortimentu.

### **3. Možnosti zvýšení pozitivní zpětné vazby u Národního programu EMAS**

#### **3.1 Mechanismus působení EMAS**

Na rozdíl od NP EŠV, kde se jedná o podporu výroby a spotřeby ekologicky šetrných výrobků představuje zavedení EMAS (environmentálního manažerského systému) určitou změnu stávajícího systému řízení podniku. Tato změna spočívá v zahrnutí environmentálních aspektů (vlivů podniku na životní prostředí) do řídicího systému podniku s účelem umožnit jejich řízení tak, aby docházelo ke stálému snižování velikosti jejich negativních dopadů na životní prostředí a k využívání vhodných preventivních opatření.

Velikost pozitivní zpětné vazby pro podnikatele závisí u EMAS mnohem více na podniku samotném než tomu bylo u NP EŠV, kde se na vytvoření trhu musí podílet další zájmové skupiny. U EMAS mohou zájmové skupiny také výrazně ovlivnit pozitivní zpětnou vazbu, nicméně i bez jejich působení, pouze v důsledku zavedení EMAS, by měl podnik dosahovat značných užitek včetně užitek ekonomických.

Z praxe vyplývá, že zavedením EMAS se vždylepší řídicí systém i jako celek. Zpřehlední se vnitropodniková organizace, zvýší se přehled, zpřesní se vymezení pravomocí, zlepší se spravování dokumentace, dosáhne se souladu s legislativními předpisy, zavede se průběžná kontrola dodržování legislativních předpisů a také kontinuita jejich sledování, zlepší se údržba, sníží se míra rizika, zvýší se environmentální vědomí zaměstnanců, atp.. Zavedení EMAS se také často významně pozitivně projeví při některých neočekávaných událostech a haváriích. Tím, že je podnik se zavedeným EMAS na tyto neočekávané možnosti připraven více a lépe, než podniky bez zavedeného EMAS, jsou vzniklé škody daleko nižší. Obecně lze říci, že zavedení EMAS vždy zvýší dobrou pověst podniku a jeho konkurenceschopnost a také důvěru státních orgánů, bank a pojišťoven.

Velikost užitek získaných zavedením EMAS může podnik ještě značně ovlivnit synergickým zapojením dalších dobrovolných nástrojů, např. hodnocením možností čistší produkce, viz dále kap.3.8.

#### **3.2 EMAS a ISO 14001**

Navzdory existující pozitivní vazbě vyplývající přímo ze zavedení EMAS, podniky EMAS v současné době prakticky nezavádějí. Není to jev omezený jen na české podmínky, projevuje se ve všech státech Evropské unie. Po počátečním nárůstu počtu podniků se zavedeným EMAS na začátku devadesátých let se, po zavedení normy ISO 14001 v roce 1996, začal jejich přírůstek výrazně snižovat. Důvodem není EMAS sám o sobě a jeho případné nedostatky, ale možnost zavedení analogického systému řízení, podle zmíněné mezinárodní normy ISO 14001.

Zavádění systému dle mezinárodní normy ISO 14001 podniky upřednostňují z několika důvodů. Především uvádějí, že systém zavedený podle mezinárodní normy (ISO 14001) má na rozdíl od EMAS zavedeného dle Nařízení EU, mezinárodní platnost. Tato skutečnost je velkou výhodou pro nadnárodní podniky, které mají své filie po celém světě. Podobnost mezi normami řady ISO 9000, které se týkají řízení jakosti výrobků a normami řady 14000 způsobila, že zavedení systému dle ISO 14001 začalo být požadováno v dodavatelsko odběratelském řetězci, což opět tento systém značně zvýhodnilo.

Za další nevýhodu v zavádění EMAS, kterou sice podniky výrazně nezdůrazňují, ale o to více ji za nevýhodu považují, je povinnost vydávat při zavedení EMAS tzv. veřejné environmentální prohlášení, což je dokument ověřený nezávislou třetí stranou v němž musí být podle Nařízení EU uvedeny hodnoty všech významných environmentálních aspektů, jejichž seznam je uveden v příloze Nařízení EU. Existence environmentálního prohlášení, které je veřejným dokumentem a musí být novelizováno minimálně jednou za tři roky, umožňuje veřejnosti určitou kontrolu plnění vytyčených environmentálních cílů v EMAS. V mezinárodní normě ISO

14001 žádná taková povinnost není. Veřejným dokumentem u ISO 14001 je pouze environmentální politika, v níž není zakotvena povinnost předkládání jakýchkoliv konkrétních dat.

Vzhledem k tomu, že ostatní povinnosti jsou stejné, lze řídicí systém vzniklý podle ISO 14001 považovat zcela oprávněně za určitý podsystém systému EMAS, který nemůže EMAS nahradit, neboť neobsahuje všechny jeho prvky. Na druhé straně EMAS všechny prvky systému dle ISO 14001 obsahuje a podnik, který má zavedený EMAS, má de facto zavedený již i systém dle ISO 14001.

Podstatným, málo vnímaným rozdílem mezi EMAS a ISO 14001 je také ta skutečnost, že norma ISO 14001 představuje technický předpis, kdežto EMAS je založen právním předpisem Nařízením EU. Protože jsme již členským státem Evropské unie, je pro nás Nařízení také právním předpisem závazným ve všech svých částech.

Co se týče možností vzniku pozitivní zpětné vazby, které vyplývají přímo z působení mechanismu systému v podniku, měly by teoreticky být v obou případech stejné a stejnou měrou závislé na podniku samém, na jeho přístupu k využívání zavedeného systému, na schopnostech využití synergického působení dalších nástrojů, preventivních opatření a pod. V praxi však přece jen nelze zcela pominout působení určitého tlaku, který u podniků se zavedeným EMAS vzniká v důsledku existence veřejného prohlášení a do jisté míry podnik motivuje k většímu úsilí.

### **3.3 Překonání údajných výhod plynoucích z ISO 14001**

#### **3.3.1 Mezinárodní rozsah**

Vzhledem k tomu, že environmentální manažerský systém zavedený dle ISO 14001 obsahuje všechny prvky jako systém EMAS, nemělo by být problémem doporučit anebo přímo legislativně stanovit, že podniky, které mají validovaný EMAS, vyhovují zároveň požadavkům normy ISO 14001 a mohou tak na požádání získat certifikaci dle ISO 14001. Tato certifikace by se, pokud by nedošlo ke změně požadavků normy ISO 14001, automaticky obnovovala s každou validací EMAS.

Z hlediska Českého institutu pro normalizaci, speciálně od TNK 106, by neměly být vzneseny žádné námitky, jestliže se nenajde nějaký výrazný požadavek, který norma obsahuje a EMAS ne.

Záležitost bude třeba prokonzultovat s Českým institutem pro akreditaci, hlavně pokud jde o akreditaci ověřovatelů EMAS. Většinou však ověřovatelé EMAS mají zároveň certifikát na auditora ISO 14001. Na druhé straně ne každý auditor dle ISO 14001 má oprávnění na EMAS. Námitky lze nejspíše očekávat z řad ověřovatelů, kteří byli doposud samostatně placeni za audit a certifikaci dle ISO 14001 a vedle toho také za EMAS. Na druhé straně podniky by měly navrhovanou možnost uvítat.

#### **3.3.2 Absence veřejného environmentálního prohlášení**

Absenci veřejného environmentálního prohlášení lze zcela oprávněně z hlediska společnosti a ochrany životního prostředí považovat za nevýhodu. Neumožňuje veřejnou kontrolu a nedovoluje sledovat jak intenzivně plní podnik požadavek stálého snižování svého negativního dopadu na životní prostředí., což je v podstatě hlavním posláním zavedeného systému a také jedním z předpokladů zajišťování udržitelného rozvoje (výroby) v podniku.

Validované veřejné environmentální prohlášení díky jednotně stanovené struktuře by bylo možné velmi dobře využívat k porovnávání podniků stejného průmyslového odvětví, případně OKEČ. Této možnosti lze pak dále využít, například při zadávání veřejných zakázek, při poskytování půjček nebo úvěrů a pod. Není zanedbatelné ani využití validovaného environmentálního prohlášení z hlediska ČIŽP. ČIŽP by mohl značně snížit frekvenci kontrol u podniků se zavedeným EMAS, a o to více se věnovat podnikům, kde není EMAS zaveden. Povinnost jejího vyjádření k registraci EMAS tím nemusí být vůbec dotčena.

Co se týče podniku samotného lze validované environmentální prohlášení velmi dobře využívat ve environmentálním reportingu, výročních zprávách, vlastním environmentálním tvrzením dle ISO 14021 a v environmentálním prohlášení dle ISO/TR 14025. Velmi výhodně lze využít validované environmentální prohlášení také v IPPC.

### **3.4 Možnosti zvýhodnění podniků se zavedeným EMAS**

### 3.4.1 Finanční podpory

Existující finanční podpory ze SFŽP a Programu TRH, který je garantován MPO v podstatě nepředstavují zvýhodnění zavedení EMAS, neboť je mohou dostávat i podniky, které zavádějí ISO 14001. Vzhledem ke stávajícímu vztahu mezi EMAS a ISO 14001, podporují tyto finanční podpory spíše ISO 14001, neboť se de facto jedná pouze o podporu motivace podniku k zavedení environmentálního systému řízení, a ne o opatření, které by vyvolalo zvýšení pozitivní zpětné vazby u EMAS.

Finanční podpory je nutné směřovat přímo jen na EMAS a dobře promyslet jejich udělování. Praxe ukazuje, že poskytnutí financí na zavedení EMAS, bez vazby na jeho další trvání, není nejvýhodnějším způsobem, neboť podniky nejsou vždy ochotny v zavedeném EMAS pokračovat. Musí proto existovat nějaká vazba na provozování EMAS, nejen na jeho registraci nebo dokonce jen na jeho zavedení bez registrace. Vzhledem k tomu, že malé a střední podniky mohou mít opravdu problémy s hrazením všech výdajů spojených s EMAS, lze třeba částku poskytnuté půjčky na zavedení EMAS snižovat s každým rokem trvání EMAS o určité procento, atp. Možností je mnoho včetně snížení plateb za certifikaci EMAS. .

Další možnosti finančních podpor vplynuly z kap 3.3.2 při rozboru možného využití validovaného environmentálního prohlášení. Jedná se především o možnost:

- zvýhodnit poskytování pojištění podnikům se zavedeným EMAS
- zvýhodnit bankovní služby pro podniky se zavedeným EMAS.

Hlavními přednostmi obou těchto možností je stálá vazba na existenci EMAS (finanční výhody jsou podnikům udělovány až po zavedení EMAS a jenom v průběhu trvání EMAS) a možnosti velké variability (snižování a zvyšování poskytnutých výhod v důsledku existence či neexistence pojistných událostí a pod.).

V současné době se poskytování výhodného pojištění podnikům se zavedeným EMAS jeví jako velmi reálné. Vzhledem k tomu, že environmentální prohlášení je validované a obsahuje prakticky všechny údaje, které pojišťovny při uzavírání pojištění vyžadují, lze jej oprávněně využít jako důvodu k uzavření výhodnějšího pojištění než u podniků, který systém EMAS nemají zavedený, popřípadě mají jen ISO 14001, kde si pojišťovna musí všechny potřebné údaje zjišťovat, a ověřovat. Určitá jednání o realizaci výhodného pojištění pro podniky se zavedeným EMAS se v České republice již realizují a očekává se, že budou úspěšná.

### 3.4.2 Organizační opatření

Zvýšení pozitivní zpětné vazby, především zvýšení konkurenceschopnosti, lze u EMAS dosáhnout:

- uznáním certifikace dle ISO 14001 na podkladě zavedeného EMAS
- požadováním EMAS ve veřejných zakázkách
- snížení frekvence inspekcí.

Všechny uvedené možnosti jsou reálné a dobře zdůvodnitelné, přičemž z hlediska podniku budou tyto možnosti zřejmě zajímavější než jednorázové finanční podpory.

Veřejné zakázky patří mezi nejsilnější nástroje z hlediska vyvolání pozitivní zpětné vazby. Jejich využití je doporučováno i v Nařízení EU 761/2001 v čl.11 odst.2:

*“K podpoře účasti organizací v programu EMAS by měla Komise a ostatní orgány Společenství a rovněž orgány veřejné moci na vnitrostátní úrovni zvážit, aniž je dotčeno právo Společenství, jak lze zohlednit registraci v programu EMAS při stanovení kritérií pro politiku zadávání veřejných zakázek”.*

Podle současného zákona o veřejných zakázkách se zdá, že lze zavedení systému EMAS u žadatele přímo požadovat, popřípadě lze žádat i přílohu validovaného environmentálního prohlášení, což by mohlo pomoci v případě dvou žadatelů s registrací EMAS. Bohužel, zatím nebylo běžným zvykem zařazovat do veřejných zakázek environmentální požadavky. V tomto směru je proto nutné působit na zadavatele veřejných zakázek a vysvětlovat jim význam zavedení systému EMAS a jeho celý dopad na řízení podniku, jenž se neodráží jen v ochraně životního prostředí, ale celkově ve zvýšeném pořádku, organizovanosti, disciplině pracovníků a pod. Bylo by velmi dobré, kdyby např. Rada EMAS vydala v tomto směru určité doporučení. Případně lze podobně jako u NP EŠV vydat doporučení pro správní orgány, aby ve svých veřejných zakázkách zavedení EMAS požadovaly.

V této souvislosti je nutno zdůraznit, že zvláště u veřejných zakázek a nejen tam, je bezpodmínečně nutné odmítat názor, že systém zavedený dle ISO 14001 je tentýž jako systém zavedený dle Nařízení EMAS.

Pro další organizační opatření lze najít podporu opět v Nařízení EU 761/2001 v preambuli, bod 9:

*“Organizace by měly být podněcovány k dobrovolné účasti na programu EMAS, přičemž mohou z této účasti získat výhody, pokud jde o právní kontrolu, úsporu nákladů a obraz, který si o nich utvoří veřejnost”.*

Podniky s EMAS by mohly být schopny takové sebekontroly, která by do jisté míry mohla nahradit vnější dozor. Z tohoto hlediska je jisté možné dodat do environmentálního prohlášení ještě určité relevantní požadavky, týkající se např. havarijní připravenosti, bezpečnosti a pod. Na podkladě získávaných písemných informací by bylo možné např. snížit frekvence inspekci prováděných ČÍŽP. Záležitost je nutno projednat s ČÍŽP. Nemělo by se však v žádném případě přistupovat na alternativu, že se sníží frekvence inspekci i u podniků s ISO 14001. To by z mnoha důvodů bylo velmi nevhodné.

### **3.4.3 Vazby na právní požadavky**

V tomto případě lze opět vyjít z Nařízení EU 761/2001, kde je v článku 10 odst.2 uvedeno:

*“Členské státy by měly zvážit, jak lze zohlednit registraci v programu EMAS v souladu s tímto nařízením při provádění a kontrole dodržování právních předpisů týkajících se životního prostředí, aby se předešlo zbytečnému vynakládání dvojího úsilí jak u organizací, tak u příslušných donucovacích orgánů.”*

Do jisté míry se citace vztahuje i ke snížení vnějšího dozoru zmíněném v předchozí kap.3.4.2, nicméně je možné ji využít širě. Je však třeba nalézt v některém zákoně z oblasti životního prostředí takovou povinnost, která by mohla být splněna úkonem uvedeným v rámci EMAS a zakotvit pak toto ustanovení při novele příslušného zákona do prováděcího předpisu. Podobně lze v novém právním předpisu požadovat v rámci připomínkového řízení, aby určitá povinnost byla chápána jako splněná, má-li podnik registraci EMAS.

### **3.5. Zintenzivnění propagace EMAS**

Na rozdíl od NP EŠV není propagace EMAS na veřejnosti tak klíčovým faktorem jako je tomu u NP EŠV. Mnohem důležitější je zajistit dostatečné a stále informování relevantních zájmových skupin, (viz dále). Co se týče propagace měly by se o ní brzy starat samy podniky se zavedeným EMAS. V podstatě by měly postačovat informačně propagační letáčky a články do vhodných tiskovin, např. do Hospodářských novin a internet, který je jedním z nejdůležitějších propagačních a informačních prostředků.

Na internetu je stálá propagace EMAS v současné době zajišťována na webových stránkách CENIA, české informační agentury pro životní prostředí. Stránky jsou vedeny dobře, nicméně by v rámci zintenzivnění propagace měly být na tyto webové stránky EMAS, speciálně na Registr EMAS, uváděny odkazy nejen na stránkách MŽP, ale také na stránkách dalších relevantních zájmových skupin jako např. MPO, MMR (v rámci zavádění Národního systému udržitelného turismu, to bude i nutné), průmyslových svazů, hospodářské komise a dalších.

### **3.6. Zajištění plné informovanosti relevantních zájmových skupin**

Informovanost o EMAS není stále dostačující. Je třeba zajistit vydání brožurek, informačních příruček a letáků především pro následující zájmové skupiny:

- podnikatele,
- průmyslové svazy
- státní správu a samosprávu
- banky a pojišťovny
- nevládní ekologické organizace.

Příručky by měla vydávat CENIA, pod níž spadá Agentura EMAS. Určité finance by bylo možné získat i od podniků s EMAS, které by v příručce mohly mít krátkou prezentaci.

Brožurka pro podnikatele by měla být nejobsažnější. Měla by se skládat z informační části a z praktické části. V informační části by byla vysvětlena podstata EMAS, organizační zajištění EMAS v ČR, význam EMAS pro životní prostředí a pro společnost a výhody, jež zavedení EMAS podniku přináší.

Praktická část by byla v podstatě manuálem popisujícím postup zavádění EMAS v podniku a také využití ostatních dobrovolných nástrojů v rámci EMAS, především hodnocení možnosti čistší produkce. Lze sem ilustrativně zařadit i některé praktické ukázky, například ukázky prohlášení EMAS, příklady environmentálních aspektů a pod. V závěru by měly být uvedeny odkazy na důležité internetové stránky, relevantní adresy (např. auditorů nebo institucí poskytujících EMAS kurzy), literatura a pod.

Brožurky pro průmyslové svazy by měly mít hlavně informační charakter. Mohly by obsahovat informační a závěrečnou část z Brožurky pro podnikatele a kapitola o vztahu EMAS a ISO 14001. Tyto části by mohly být doplněny seznamy podniků se zavedeným EMAS a ISO 14001.

Brožurky pro správní orgány, banky a pojišťovny by se podobně jako Brožurky pro podnikatele měly skládat z informační a praktické části, neboť zavedení EMAS ve správních orgánech by mělo být intenzivně podporováno. Zvláštní kapitola by měla být věnována možnostem jak může příslušný subjekt využít ve své agendě tu skutečnost, že některý podnik má EMAS. Např. poskytnutí výhodnějších půjček nebo výhodnějšího pojištění a pod.

Brožurky pro nevládní organizace by mohly mít charakter informačních letáků se zdůrazněním významu EMAS pro společnost a životní prostředí. Seznamy podniků s EMAS a ISO 14001 by neměly chybět.

### **3.7 Zařadit zavádění EMAS do kursů o zavádění EMS dle ISO 14001**

Se zajišťováním plné informovanosti zájmových skupin úzce souvisí nutnost prověřit osnovy vzdělávacích kursů

týkajících se zavádění environmentálních manažerských systémů a vyžadovat, aby v nich byly zařazeny kapitoly o zavádění EMAS, o výhodách EMAS a jeho významu z hlediska udržitelného rozvoje. Slovo EMAS by se mělo dostat také do názvů jednotlivých příslušných kursů, kde v současné době figuruje pouze ISO 14001. Vzhledem k počtu vzdělávacích institucí a letáčků či jiných tiskovin nabízející a propagující kursy zaměřené na environmentální manažerské systémy lze očekávat značné posílení propagace EMAS.

### **3.8 Zvýšení pozitivní zpětné vazby pomocí ostatních dobrovolných nástrojů**

Ke zvýšení pozitivní zpětné vazby lze v EMAS využít některé další dobrovolné nástroje. Patří sem především hodnocení možností čistší produkce, environmentální manažerské účetnictví a metoda LCA, vlastní environmentální tvrzení a environmentální reporting.

#### Hodnocení možností čistší produkce (HMČP)

Aplikace HMČP v EMAS je velmi výhodná, neboť s její pomocí lze určit nejen příčiny vzniku environmentálních aspektů, ale zároveň i možnosti jejich odstranění a tyto možnosti navíc posoudit z technického a z ekonomického hlediska. HMČP je proto velmi vhodný nástroj pro stanovování priorit při plnění požadavku neustálého zlepšování v EMAS, neboť její aplikace může značně ekonomicky zefektivnit výběr environmentálních cílů EMAS.

Navíc i v případě, že se nepodaří najít opatření, kterým by nežádoucí příčina vzniku negativních vlivů podniku na životní prostředí byla odstraněna, získá se aplikací nástroje velké množství poznatků o charakterech zkoumaných procesů, což velmi často iniciuje jiná také ekonomicky i environmentálně výhodná řešení.

#### Environmentální manažerské účetnictví

Environmentální manažerské účetnictví si subjekt provádí pro svou vlastní potřebu a výsledky většinou nezveřejňuje. Nicméně pro EMAS je environmentální manažerské účetnictví velmi důležitým nástrojem, neboť s jeho pomocí lze určit ekonomickou efektivitu dosavadních aktivit prováděných v rámci EMAS a také určit, které akce by měly být dále v rámci EMAS prováděny a vytyčít je jako environmentální cíle EMAS.

#### Využití LCA

Hlavní přínos metody LCA spočívá v poskytování informací týkajících se environmentálních aspektů, jejich velikosti a jejich příčin vzniku. Na rozdíl od metodiky hodnocení možností čistší produkce, která se soustřeďuje na výrobní procesy, zabývá se metoda LCA celým životním cyklem vyráběného produktu a lze ji s výhodou použít v ekodesignu při rozhodování týkajících se výběru nového výrobku nebo při inovaci

stávajícího výrobku, při rozhodování o různých způsobech výroby či zneškodňování odpadů, ale také v podnikovém marketingu a při rozhodování o nákupu zboží.

Velkou výhodou metody LCA také je, že nabízí normalizovaný způsob na výpočet velikosti vlivů, jimiž posuzovaný systém přispívá ke globálním problémům, takže lze spočítat a porovnat negativní vlivy například u různých zdrojů energií nebo dopravy a vybrat optimální řešení a podle něj pak stanovit cíle environmentální politiky EMAS.

Nevýhodou metody LCA je její časová a finanční náročnost projevující se hlavně při sběru potřebných dat. Do budoucna lze však očekávat, že přístup k datům se zlepší vytvářením potřebných databází v jednotlivých průmyslových odvětvích.

#### Vlastní environmentální tvrzení

Vlastní environmentální tvrzení je univerzální nástroj, jehož použití je v podstatě neomezené a lze jej považovat za určitý, do jisté míry normalizovaný, druh reklamy.

Subjekt, který má zavedený EMAS může vlastní environmentální tvrzení využít k informacím o úspěších, jež v rámci zavedení EMAS dosáhl. Za tím účelem může, ale nemusí, použít informace, jež uvádí ve veřejném environmentálním prohlášení. Vlastní environmentální tvrzení poskytuje subjektu mnohem větší informační volnost než veřejné environmentální prohlášení, a to jak z hlediska výběru uveřejňovaných informací, tak i z hlediska doby a frekvence jejich zveřejňování.

#### Využití environmentálního reportingu

Dokud nebudou stanovena jednotná pravidla pro environmentální reporting, mohou jej subjekty využívat zcela volně ke zveřejňování těch environmentálních informací, jež považují za důležité. Veřejné environmentální prohlášení EMAS svým způsobem určitý druh environmentálního reportingu již představuje, ale na rozdíl od environmentálního reportingu má předepsanou strukturu. Environmentální reporting může být obsažnější i chudší.