

Lidl Česká republika v.o.s.

Nárožní 1359/11

158 00 Praha 5

IČO 26178541

(dále také jen „žalovaný“)

V Brně dne 12. 9. 2022

Žalobce: **Dobře zapsaný spolek**, třída Kpt. Jaroše 1922/3, Černá Pole,
602 00 Brno, IČO 02506912

Zastoupen: **Mgr. David Zahumenský, advokát**, AK David Zahumenský,
advokátní kancelář, s.r.o. se sídlem třída Kpt. Jaroše
1922/3, 602 00 Brno, ev. č. ČAK 14661

Předžalobní výzva ve věci ochrany spotřebitele a proti nekalé soutěži – na odstranění závadného stavu

podle 142a občanského soudního řádu

Datovou schránkou

Přílohy:

- *Plná moc*

[1] Žalobce je zapsaným spolkem podle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „OZ“). **Podle svých stanov může vystupovat jako právnická osoba oprávněná hájit zájmy spotřebitelů.** Má tedy právo v souladu s § 2989 OZ domáhat se, aby se rušitel nekalé soutěže zdržel nebo aby odstranil závadný stav.

[2] Žalovaný je obchodníkem v Česku – provozovatelem více než 290 prodejen na území ČR.¹ Profiluje se jako klimaticky odpovědný řetězec.

„Jako velký obchodní řetězec si uvědomujeme zodpovědnost za ochranu klimatu. Důležitou součástí péče o životní prostředí a smysluplné snahy o zachování naší planety v co nejlepší kondici pro příští generace je omezování emisí skleníkových plynů. Kaufland se této oblasti intenzivně věnuje a daří se mu v ní dosahovat hmatatelných výsledků. Transparentně jsme zveřejnili úspory emisí v našem Reportu o udržitelnosti. Díky souboru opatření napříč naší společností se nám mezi lety 2018 až 2019 podařilo meziročně snížit objem emisí CO₂ o 8,62 %,“ doplňuje Renata Maierl, tisková mluvčí Kaufland ČR. Bližší informace naleznete na www.rozhodujiciny.cz.“²

[3] Na stránkách společnosti se mj. uvádí:

Změna klimatu představuje hrozbu pro naše živobytí a vyžaduje opatření na všech úrovních společnosti. Lidl v České republice se již roky angažuje v ochraně klimatu různými opatřeními. Nyní jdeme o rozhodující krok dále a stanovujeme si ambiciózní vědecké klimatické cíle – takzvané Science Based Targets. V srpnu 2020 předložila Schwarz Group jménem všech částí společnosti prohlášení o členství v iniciativě Science Based Target Initiative. V nadcházejících měsících definujeme konkrétní cíle a opatření, kterými lze emisím CO₂ v provozu a dodavatelském řetězci zabránit, snížit je nebo vyrovnat.

[4] Lidl nabízí celou řadu produktů tzv. klimaticky neutrálních.

¹ <https://spolecnost.lidl.cz/o-nas/historie>

² <https://www.novinky.cz/clanek/komercni-clanky-retezce-lidl-a-kaufland-bojuji-proti-klimaticke-zmene-40366511>

crivit®

EU 41
UK 7.5

VYROBENO PRO NEUTRÁLNÍ KLIMA*

**DÁMSKÁ
TREKINGOVÁ OBUV**

Pro ochranu klimatu

DOPORUČENO EXPERTY:



Ester Ledecká
Profesionální lyžařka a snowboardistka

For a better tomorrow

[5] **Jednání společnosti Lidl je ale vůči spotřebitelům klamavé. Tato situace je o to vážnější, že se žalovaný dopouští klamání spotřebitelů ve vztahu k jejich zdraví, potažmo k samotnému životu a ke globální situaci na planetě Zemi, a tím silně ohrožuje spotřebitele.**

[6] Žalovaný totiž zahájil novou „sběratelskou akci“. Jde o figurky Stikeez.³ Ty jsou vyrobeny z plastu v Číně (je tedy nutno ještě připočítat poškození životního prostředí a klimatu nejen výrobou a následným znehodnocením výrobku, ale i dopravou). Dle označení pro recyklaci jde o plast „Other“, číslo 7. Pokud by šlo o bioplast, měl by mít označení PLA. Z toho žalobce usuzuje, že o bioplast nejde. Současně je každá z hraček zabalena v samostatném plastovém obalu.

³ <https://www.lidl.cz/c/stikeez/s10014261>

| | | |
|---|-------------------|------------------|
|  | # 7 – # 19 | Ostatné plasty |
|  | PLA, CPLA a RCPLA | Bioplasty |

[7] Jeden předmět včetně obalu váží cca 2 gramy. Jestliže má žalovaný roční tržbu cca 63, 5 mld Kč,⁴ lze zhruba odhadnout, kolik plastů uvedl zcela zbytečně do oběhu a kolik kilogramů CO₂ to znamenalo. Výpočet je pouze orientační s tím, že akce trvá cca měsíc.

[8] Za měsíc má žalovaný tržbu cca 5 300 000 000,- Kč. Z toho je část určena pro e-shop, kde se Stikeez nerozdávají. Budeme tedy počítat s tím, že 25% zisku je z e-shopu a 75% z kamenných obchodů. To jsou necelé 4 mld Kč měsíčně.

[9] Za každých 300 Kč nákupu může zákazník obdržet jeden Stikeez. To by bylo cca 13 000 000 Stikeez celkem za měsíční akci. Ne každý zákazník si Stikeez vezme a s tím patrně Lidl počítá při vytváření zásob těchto předmětů. Dejme tomu, že jich je k dispozici jen polovina. To je více než 6 500 000 Stikeez, čemuž odpovídá více než **13 000 000 g plastu, tj. 13 000 kilogramů (13 tun) plastu.**

[10] **Nutno podotknout, že ČR má asi 6,8 milionu dospělých, LIDL tedy nechal vyrobit plastový dárek (2 gramy plastu) zhruba pro každého dospělého občana.**

[11] Podle webu Ekologické poradny Veronica⁵ se na jeden kg polyethylenu spotřebují asi 2 kg ropy. Spálením 1 kg ropy vznikne asi 3 kg CO₂. Výroba 1 kg plastu znamená 6 kg Co₂. **Výroba Stikeez čistě jen pro Českou republiku přinesla zbytečných 78 000 kg (78 tun) CO₂.**

[12] K nebezpečí plastů pro produkci CO₂ lze citovat dále tento článek:

„Do roku 2030 velmi pravděpodobně přesáhne příspěvek produkce plastů ke klimatickým změnám ve Spojených státech to, co dnes zatím dosahovaly jen uhelné elektrárny. Přitom environmentální problematika plastů a jejich uhlíková bilance není v současnosti adekvátně řešena. Zhruba takové jsou hlavní závěry zprávy organizace Beyond Plastics, která představuje průmyslovou výrobu plastů jako jeden z hlavních hybatelů klimatické změny. V USA, a brzy již i po celém světě... Plasty přinášá problémy už v prvotní fázi svého zrodu, během frakování. Při něm se do

⁴ <https://www.penize.cz/nakupy/432822-nejvetsi-retezce-v-cesku-zebricek-podle-trzeb-a-prodejen>

⁵ <https://www.veronica.cz/otazky?i=361>

atmosféry uvolňuje hlavně metan, který je 25x účinnějším skleníkovým plynem než oxid uhličitý. Frakování přitom do ovzduší vypouští každoročně tolik skleníkových plynů jako 18 uhelných elektráren dohromady. S tím, že v následující dekádě dojde ke zdvojnásobení těžební kapacity. Pak to bude jako 36 čmoudících uhelných elektráren.⁶

[13] Kromě produkce CO₂ při výrobě a přepravě je třeba vzít v úvahu skutečnost, že většina Stikeez bude dřív či později vyhozena do směsného opadu jako nepotřebná drobnost (včetně jejich obalů) – Lidl není schopen zajistit alespoň jejich recyklaci. Při spalování plastů se uvolňuje nejen CO₂ ale i řada velmi škodlivých látek pro životní prostředí i zdraví lidí. K tomu si žalobce dovolí opět citovat:

„V posledních letech neúměrně narůstá produkce i spotřeba plastů, které v obrovské míře znečišťují životní prostředí. Přibližně 8 milion tun plastového odpadu končí každý rok „navrhuje zákaz snadno nahraditelných jednorázových plastů, vědci vyvíjejí enzymy, co plasty redukuje... Plast je obtížně rozložitelný materiál. Zatímco čistý papír se rozkládá v průměru 4 měsíce, igelitové tašky to trvá 25 let. Plastová PET lahev podléhá rozkladu celých 100 let, jednorázová plena 250 let a polystyren desetitisíce let, pokud vůbec. S ohledem na délku jejich rozkladu a nadužívání tak vyvstává otázka, co s tímto odpadem dál?“⁷

[14] Zdůraznit je třeba nebezpečí mikro a nano plastů:

„S tzv. mikroplasty je to stokrát horší, než jsme si mysleli. Vdechujeme totiž zřejmě 2000–7000 částic denně, a to pouze doma, tvrdí nový britský výzkum. Mohlo by to tedy mikroplasty zařadit do podobně nebezpečné kategorie, jako je třeba tabák nebo azbest, domnívají se vědci.“⁸

[15] Nejde však jen o to, že se vyprodukovalo zbytečných 13000 kg plastů v situaci, kdy stát bojuje proti brčkům a „uchošťourům, jde také o signál, který Lidl vysílá ke svým zákazníkům – je tedy naprosto lhostejné, jak se doopravdy chováme? Stačí jen mít dobrý greenwashing? Nebo je naopak zapotřebí, aby činy a názory byly v jednotě a souzněly? Nemělo by se právě vedení korporací, které tvrdí, že mají enormní zájem na ochraně životního prostředí a boje se změnami klimatu, chovat extrémně zodpovědně a jít příkladem ve skromném životě a také v tom, jakým způsobem vedou společnost a jak připravují reklamní akce?

[16] S ohledem na uvedené se žalobce domnívá, že žalovaný se pokouší svými tvrzeními, která nejsou v souladu s jednáním společnosti, ve spotřebitelích vyvolal dojem, že mu mimořádně záleží na vyřešení problému souvisejících se změnou klimatu a extrémním znečištěním životního prostředí. Je na místě, aby učinil kroky k tomu, aby tento nepříznivý následek odstranil, k čemuž směřuje petit této žaloby.

⁶ <https://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/kdyz-prijde-na-klimaticke-zmeny-jsou-plasty-jako-nove-uhli>

⁷ <https://pravo21.cz/spolecnost/doba-plastova-plasty-konzumujeme-v-pitne-vode-soli-i-medu>

⁸ <https://www.novinky.cz/clanek/veda-skoly-s-mikroplasty-je-to-mnohem-horsi-vdechujeme-tisice-castic-denne-zjistila-studie-40377350>

[17] Žalobce proto žádá, aby žalovaný ve lhůtě do 1. 10. 2022

zveřejnil na svých webových stránkách <https://www.lidl.cz/> (na titulní stránce podobně jako varování před závadnými výrobky) tento text:

„Omlouváme se zákazníkům naší společnosti a všem obyvatelům České republiky, že jsme jako odměnu za nákup nabízeli plastové figurky Stikeez, čímž jsme ohrozili nejen klima a životní prostředí, ale také zdraví a dokonce životy lidí. Tento postup byl v hrubém rozporu s námi proklamovanou politikou společnosti směřující k boji proti změnám klimatu.

Mrzí nás, že jsme tímto postupem mohli v lidech mohli vyvolat dojem, že plasty jsou pro životní prostředí a zdraví lidí nezávadné.

A dále aby tuto informaci rozšířil jako svoji řádnou tiskovou zprávu.

[18] Pokud to žalovaný neudělá, obrátí se žalobce na soud.

Žalobce