

1. Hledání „etických“ džínů – stále je třeba dělat pokroky

Časopis „60 milionů spotřebitelů“ zveřejňuje v prosincovém vydání přílohu nazvanou „Džíny slušivé a etické?“.

Článek sdružení na obranu spotřebitelů se opírá o studii agentury ADEME (Agentura pro životní prostředí a energetiku), která byla vypracována v roce 2006 na téma ekologický profil džínů, a ověřuje míru důvěryhodnosti módních značek, co se týče jejich závazků k sociální odpovědnosti a životnímu prostředí.

Na základě skutečněného sběru informací, které byly uváděné na etiketách džínů, písemně vyžádané od zákaznických oddělení nastrčenými spotřebiteli, shromážděné prostřednictvím anket a především získané na podkladě kodexů chování a chart o životním prostředí, vydali redaktori hodnocení dvaceti dvou značek džínů z hlediska plnění sociální a environmentální odpovědnosti (známkování od 1 – za nulovou angažovanost – po 4 – pro ty nejpokrokovější v této oblasti).

Na čestném místě se skví významné značky Lee a Levi's (4 body) a v menší míře také G-Star (3 body). Mezi firemními značkami byly ohodnoceny čtyřmi body Gap, H&M, Tex de Carrefour a Zara. Dále následují Aktive Wear (společnost La Redoute) a Celio et Complices hodnocené třemi body.

Ti, kteří na etiku kašlou, jsou nynější módní značky. Řekněme, že nenadállost jejich úspěchu jim nedopřála času, aby si vybudovaly morálku a pravidla správného chování...

Korunovanými osly se tedy staly Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Zcela osobně a na základě objektivitu, která není rozhodně bezvadná, bych si dovilil ještě uvést značku Nudie Jeans (je švédská, a tedy zákonitě velmi ekologicky odpovědná) a značku Edun (jejímž spoluzakladatelem byl Bono ze skupiny U2, a je tedy zákonitě „superetická“) jako etické vzory (viz příslušné webové stránky). Ze dvou set napočítaných džínových značek jich vybral časopis „60 milionů...“ pro svůj test pouze dvacet dva, což jistě vysvětluje situaci.

2. Hledání džínové etiky – stále je co zlepšovat!

Časopis „60 milionů spotřebitelů“ publikoval ve svém prosincovém čísle studii s názvem „Džíny – elegance i etika v jednom?“

Článek sdružení pro ochranu spotřebitelů testuje v návaznosti na studii agentury Ademe (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) realizovanou v roce 2006 ohledně „ekologického profilu“ džín, míru transparentnosti výrobců džín v plnění sociálních a environmentálních závazků.

Na základě velkého množství informací, a to z různých zdrojů – z riflových štítků, informací získaných od falešných spotřebitelů, kteří se obrátili se na internetový klientský servis, informací z různých anket, ale hlavně na základě kodexu chování a dohod týkajících se životního prostředí, ohodnotili redaktoři sociální a environmentální „chování“ 22 výrobců různých značek džínů (označené čísly 1 – 4 podle míry plnění požadavků).

Na „tabuli cti“ vynikají velké značky jako Lee a Levis (ohodnocené číslem 4), o něco méně potom značka G-Star s trojkou. Mezi další značky hodné následování patří také Gap, H&M, Carrefour, Zara – tyto všechny ohodnocené číslem 4, dále potom Active Wear (propagované v katalogu La Redoute), Celio a Complices (číslo 3).

Mezi ignoranty jakékoliv etiky patří bleskově úspěšné módní značky, jimž náhlý úspěch nenechal dostatek času k upevnění morálky a kodexu chování...

Oslovské čepice tedy pro Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Z čistě osobního pohledu, ale na základě absolutně nenapadnutelné objektivity, bych si dovolil uvést ještě dvě značky jako vzory etiky, a to Nudie Jeans (švédská značka, takže v oblasti ekologie vysoce zodpovědná) a Edun, jejímž spoluzakladatelem je Bono z U2, takže opět eticky na výši. Časopis „60 milionů...“ sice sepsal 200 značek, ale pro svou studii vybral pouze 22. To pravděpodobně vysvětluje fakt, že se v ní tyto dvě nevyskytují.

3. Průzkum: džínů a etika – ještě je co dohánět!

V prosincovém čísle časopisu „60 milionů spotřebitelů“ vyšla příloha s názvem „Džínů – moderní a morální?“

Příloha je vzdálenou odezvou na průzkum agentury ADEME (Agentura pro životní prostředí a využití energie) z roku 2006. Tématem studie byl „ekoprofil“ džínů. Článek společnosti na ochranu spotřebitelů **testuje** transparentnost výrobců džínů, pokud jde o jejich angažovanost v sociální oblasti a v oblasti ekologie.

Na základě sběru informací uvedených na etiketách džínů, informací, které si vyžádali jako spotřebitelé na zákaznických linkách, informací sebraných pomocí dotazníků, a zejména na základě firemních etických kodexů a **listin o ochraně životního prostředí** podali redaktoři hodnocení sociální a ekologické angažovanosti 22 výrobců džínů (známky 1 (žádný zájem) – 4 (nejpokrokovější v dané oblasti)).

Z velkých výrobců patří ocenění značkám Lee a Levi's (známka 4), menší potom značce G-Star (3). Mezi **výrobci značkové konfekce** jsou to Gap, H&M, Tex (dodavatel oděvů pro supermarkety Carrefour), Zara (hodnocení 4), za nimi pak značka Active Wear (internetový obchod La Redoute), Celio a Complices (známka 3).

Na etiku naopak úplně kašlou značky, které jsou právě nejvíce v módě. Člověk by řekl, že jim náhlý úspěch nedopřál čas, aby si vytvořily morálku a **pravidla** slušného chování...

Takže: hanba firmám Diesel, Dolce& Gabana, Le Temps des cerises/ Japan Rags, Pepe Jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Zcela osobně a **na ne úplně objektivním základě** si dovoluji jakožto morální vzory uvést ještě značky Nudie Jeans (švédská, a tedy v ekologii jistě pokročilá značka), a Edun (jejím spoluzakladatelem je Bono z U2, takže se musí vyznačovat morálními kvalitami) – viz jejich webová stránka. Časopis „60 milionů ...“ prověřil 200 značek džínů, z nichž následně vybral 22 testovaných, což vše vysvětluje.

4. Po stopách etických džínů – stále máme co zlepšovat!

Francouzský časopis „60 millions de consommateurs“ („60 milionů spotřebitelů“) ve svém prosincovém vydání zveřejnil článek s názvem „Džíny – šik a přitom etické?“.

V tomto článku, který s odstupem času reaguje na studii s názvem „ekologický profil džínů“, realizovanou v roce 2006 francouzskou agenturou ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie - Agentura pro životní prostředí a hospodaření s energií), testuje sdružení na ochranu spotřebitelů stupeň transparentnosti módních značek s ohledem na jejich sociální závazky a závazky vůči životnímu prostředí.

Na základě organizované sbírky informačních štítků jednotlivých džínů, jejichž reklamace byly zákaznickým servisům zaslány falešnými zákazníky a které byly shromážděny prostřednictvím anket, a především na základě kodexů správného chování a chart životního prostředí redaktoři zveřejnili ohodnocení dvaadvaceti značek džínů s ohledem na jejich sociální a ekologické závazky. Hodnoceny byly od 1 – bez závazků, po 4 – nejvyspělejší v oboru.

Mezi nejlepší se zařadily známé značky jako Lee, Levi's (hodnocení 4) a v menší míře také G-Star (hodnocení 3). Mezi ochrannými známkami byly nejlépe hodnoceny značky Gap, H&M, Tex de Carrefour, Zara (hodnocení 4) a Active Wear (La Redoute), Celio a Complices (hodnocení 3).

Průzkum ukázal, že dnešní módní značky neprojevují o etiku žádný zájem. Zdá se, že pro svůj náhlý úspěch neměly čas myslet na morálku a vytvořit kodex správného chování...

Nejhorší hodnocení obdržely značky Diesel, Dolce&Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Zcela subjektivně, bez jakýchkoli objektivních důvodů, bych si jako etický model (srov. příslušné internetové stránky) dovolil uvést také značky Nudie Jeans (švédská, tudíž velmi ekologicky zodpovědná značka) a Edun (spoluzaložena lídrem kapely U2, tudíž s výbornými etickými závazky). Časopis „60 millions...“ zaregistroval 200 značek džínů, z nichž pro test vybral 22, které tento problém jistě vysvětlují.

5. Výzkum etiky džínů – pokroky lze stále uskutečnit!

Časopis „60 milionů spotřebitelů“ vydává ve svém prosincovém čísle **článek** s názvem „Elegantní a etické džíny?“

V roce 2006 provedla společnost Ademe (Státní agentura pro řízení péče o životní prostředí a energetiku, Agence de l'environnement et de la Maîtrise de l'Energie) studii o „eko-profilu“ džínů. **Sdružení na obranu spotřebitelů tak ve svém článku, který je odezvou na tuto studii, testuje stupeň transparentnosti** značek, co se týká jejich angažovanosti v oblasti sociální a oblasti životního prostředí.

Redaktoři v článku hodnotili sociální a ekologickou angažovanost u 22 značek džínů (hodnocení od 1 – žádná angažovanost do 4 – nejvyspělejší v oboru). **Hodnocení proběhlo prostřednictvím organizovaného sběru informací uvedených na štítkách džínů, dále na základě reklamaci skutečných či fiktivních spotřebitelů adresovaných klientskému centru, cestou průzkumů a v neposlední řadě a zejména na základě** etického kodexu a **listin o životním prostředí**.

Na tabuli cti významných značek vynikají **takové jako** Lee, Levi's (hodnocení 4) a v menší míře značka G-Star (3). Mezi značkami **označenými ochrannou známkou** vyniká Gap, H&M, Tex de Carrefour, Zara (hodnocení 4), dále Active Wear (La Redoute), Celio a Complices (hodnocení 3).

Značky lhostejné k etice jsou módní značky současnosti. **Říká se**, že díky svému náhlému úspěchu si nestihly vybudovat morálku a kodex etického chování...

Oslovská čepice tedy náleží značkám Diesel, Dolce&Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto, Lee Cooper.

Z osobního hlediska, a ne zcela objektivně, bych si dovilil zmínit rovněž značky Nudie Jeans (švédská značka, tedy nezbytně ekologicky zodpovědná a vyspělá) a Edun (spoluzaložená Bonem z U2, tedy nezbytně etická a kvalitní) jako etické modely (viz jejich příslušná webová stránka). Časopis „60 milionů...“ nejprve **registroval** 200 džínových značek, **aby** z nich později pro test vyčlenil pouhých 22, což vše osvětluje.

6. Průzkum výrobců džínů aneb jak jsou na tom s etikou? Mají ještě hodně co dohánět!

Časopis „60 milionů spotřebitelů“ uveřejnil ve svém prosincovém čísle **dokument** nazvaný „Džíny – etická elegance?“.

Tento článek, vydaný **společností** na ochranu spotřebitelů, prověřuje, nakolik jsou informace o jednotlivých značkách džínů, co se týče jejich zapojení v oblasti sociální sféry a v ochraně životního prostředí, přístupné veřejnosti. Do určité míry tak reaguje na studii agentury ADEME (Agentura pro životní prostředí a řízení energie) z roku 2006, která se týkala „ekologického profilu“ výrobců džínů.

Redaktoři článku ohodnotili zapojení v oblasti sociální sféry a v ochraně životního prostředí celkem u 22 značek džínů, a to podle informací získaných organizovaným sběrem (z etiket džínů, vyžádané redaktory fiktivními spotřebiteli v zákaznických odděleních či zjištěné z anket) a hlavně na základě kodexů chování a **dohod** o životním prostředí. Jednotlivé značky byly ohodnoceny od 1 do 4 s tím, že 1 znamenala žádné **zapojení** a 4 nejpokročilejší zapojení v daném oboru.

Co se týče významných značek, do seznamu nejlepších byly zařazeny Lee a Levi's s hodnocením 4 a o trochu hůře dopadla G-Star s hodnocením 3. **Konfekční** značky jako Gap, H&M, Tex de Carrefour a Zara skončily též s hodnocením 4, zatímco s hodnocením 3 se musí spokojit značky Active Wear (La Redoute), Celio a Complices.

Současné velmi módní značky se **ukázaly být** etickými ignoranty. Nejspíš je to proto, že se kvůli náhlému úspěchu nestihly **morálce a pravidlům slušného chování naučit**...

Nejhůře na tom tedy jsou značky Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Z mého zcela osobního hlediska a na základě mé naprosto nedokonalé nestrannosti si rovněž dovoluji mezi etické modely zařadit značky Nudie Jeans (švédská, a tedy nutně velmi ekologicky odpovědná značka) a Edun (spoluzaložena zpěvákem Bonem z U2, a tedy nutně vynikající značka, co se etiky týče). (**Srov. příslušné webové stránky.**) Důvod, proč časopis

„60 milionů...“ nezmínil ve svém průzkumu tyto dvě značky, je jisté ten, že pro daný průzkum vybral pouze 22 značek džínů z celkových 200, o kterých napsal.

7. Hledají se etické jeansy – pořád je co zlepšovat!

Časopis „60 milionů spotřebitelů“ vydal ve svém prosincovém čísle spis nazvaný „Jsou jeansy šik a zároveň etické?“.

Článek asociace na ochranu spotřebitelů zkoumá stupeň průhlednosti angažování se módních značek v sociální a environmentální sféře. Replikuje tím vzdáleně studii agentury Ademe (Agentura pro životní prostředí a hospodaření energií) z roku 2006 „Eko profil jeansů“.

Díky organizovanému shromáždění informací z etiket jeansů, které vyžadovali sami¹ spotřebitelé tím, že psali dopisy na klientské servisy, a dále informací týkajících se vystupování a environmentalistiky té které značky, bylo možné vydat hodnocení 22 značek ohledně zaměření sociálního a zaměření na životní prostředí. Hodnotilo se známkami od 1 – žádná angažovanost – až po 4 – nejvyspělejší v oboru.

Na vrcholu čestného žebříčku se mezi známými značkami mohly známkou 4 pochubit Lee a Levi's, hned za nimi se známkou 3 značka G-Star. Mezi firemními značkami dostaly známku 4 například Gap, H&M, Tex (Carrefour) nebo Zara, s číslem 3 nezaostávají Active Wear (La Redoute), Celio a Complices.

A ti, kteří se o etiku jaksí nezajímají, jsou hlavně aktuální módní značky. Dalo by se říct, že kvůli náhlému úspěchu ani neměli čas honit se za morálkou nebo alespoň základy dobrého chování...

A tak si značky jako Diesel, Dolce&Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto nebo Lee Cooper vysloužily oslovskou čapku/čapku hanby.

Ze zcela osobního pohledu a s nenapadnutelnou objektivitou bych si dovolil/a zmínit ještě dvě značky jako příklady etiky (srv. i jejich stránky). První z nich, Nudie Jeans, pochází ze Švédska a je tedy stoprocentně ekologická. Druhá značka Edun byla spoluzaložena Bono Voxem ze skupiny U2 a je tím pádem na sto procent eticky založená. Vše ale jistě vysvětluje fakt, že časopis „60 milionů spotřebitelů“ registroval 200 jeansových značek, pro svůj test ale nakonec vybral pouze 22 z nich.

¹ zde netuším, a nikde jsem nenalezla, co by mohlo znamenat slovo vrai-faux ve spojení s consommateur

8. VÝZKUM NA TÉMA „ ETIKA A DŽÍNY” – STÁLE JE CO ZLEPŠOVAT

Časopis „60 miliónů spotřebitelů" zveřejnil ve svém prosincovém čísle článek s názvem „Džíny – vkus a etika zároveň?"

Odkazující okrajově na studii agentury pro životní prostředí a spotřebu energie Ademe² provedenou v roce 2006 na téma ekoprofilu džínů testuje článek asociace na obranu spotřebitelů stupeň **bezúhonnosti** značek co se týče jejich sociálních závazků a ohledů na životní prostředí.

Skrze uspořádaný sběr informací shromážděných prostřednictvím anket převážně na základě kodexů chování a listin na ochranu životního prostředí, **a které se vyskytují na štítcích džínů reklamovaných fingovanými spotřebiteli, co zaslali dopisy na oddělení zákaznických služeb,** vydali redaktoři hodnocení angažovanosti 22 značek výrobců džínů v sociálních otázkách a otázkách životního prostředí (oznámkované od jedničky značící nulovou angažovanost až po čtyřku, která znamená nejpokročilejší angažovanost na tomto poli).

Na desce cti jsou vyznamenány velké značky jako Lee a Levi's se známkou 4 a v menší míře G-Star, která obdržela známku 3. Z **běžných** značek jako Gap, H&M, Tex de Carrefour, Zara, všechny obdržely známku 4. Active Wear (La Redoute), Celio a Complices **se spokojily** s trojkou.

Mezi ty, kterým je etika ukradená, patří **sezónní značky**. Řekněme, že náhlost úspěchu jim neponechala dostatek času, aby si vytvořily morální zásady a kodex vhodného chování.

Černého Petra tedy dostanou značky Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises /Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Z čistě osobního hlediska a na základě **naprosto bezúhonné objektivity** bych si rovněž dovolil **uvést coby vzory etického chování** značky jako švédskou Nudie Jeans (pochopitelně na výši co se týče ekologické odpovědnosti) a Edun, jejíž spoluzakladatel Bono ze skupiny U2 přirozeně ručí za vynikající etiku značky (**viz** příslušné internetové stránky obou výrobců). Časopis „60 miliónů spotřebitelů" už registroval 200 džínových značek předtím, než z nich vybral pro tento test pouhých 22, což k vysvětlení zajisté stačí.

² Adem = Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

9. Výzkum džínové morálky – máme před sebou ještě spoustu práce!

Časopis **60 milionů spotřebitelů** uveřejnil ve svém prosincovém čísle reportáž s názvem *Šmrcovní a morální? Džínsy?*

Článek vzdáleně odráží studii z roku 2006 na téma ekologického profilu džínsů provedenou **Ademem** (Agence De L'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie neboli Agenturou pro životní prostředí a hospodaření s energií). Sdružení na obranu spotřebitelů pro změnu testovalo stupeň transparentnosti značkových výrobců vzhledem k jejich sociálním a ekologickým závazkům.

Redaktoři hodnotili celkem 22 značek podle míry jejich angažovanosti v sociální a ekologické problematice na stupnici od 1 (žádná snaha) do 4 (vysoce uvědomělá). Dělo se tak skrze organizovaný sběr informací (uvedených přímo na štítkách **kalhot**, vyžádaných „falešnými“ spotřebiteli přes oddělení služeb zákazníkům a sebraných prostřednictvím anket) a především pak na základě psaných i nepsaných pravidel chování a chart týkajících se životního prostředí.

Na čestném místě se vyjímají tradiční velká jména jako Lee, Levi's (známka 4) a s menším odstupem za nimi G-Star (3). Mezi obchodními **společnostmi, které se nespécializují pouze na tento druh oděvu**, jsou to Gap, H&M, Tex (Carrefour), Zara (všichni 4), dále Active Wear (La Redoute), Celio a Complices (všichni 3).

Za lajdáky jsou naopak značky, které jsou v současné době nejvíce „in“. Řeklo by se, že náhlost úspěchu jim nedopřála dostatek času na utvoření a upevnění morálky a pravidel slušného chování...

Do kouta na hanbu tedy patří Diesel, Dolce & Gabana, Les Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe Jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Osobně – a uznávám, že ne zcela objektivně –, bych si jako etické vzory dovolil uvést rovněž značky Nudie Jeans (švédská, tudíž ekologicky zodpovědná) a Edun (spoluzaložená Bonem z U2, bezpochyby **na vynikající úrovni v otázce ochrany životního prostředí**) – viz jejich www stránky. Časopis *60 milionů*... se zajímal o 200 značek, ale pro samotný test jich vybral pouhých 22, čímž se to jistě vysvětluje.

10. Průzkum o etičnosti džínů – stále je co zlepšovat!

Francouzský spotřebitelský časopis *60 millions de consommateurs* vydal ve svém prosincovém čísle přílohu s názvem „Džiny – módní i etické?“.

Článek **společnosti** na ochranu spotřebitelů, který **šíří výsledek** studie agentury Ademe (Agentura pro životní prostředí a **efektivní využití energie**) provedenou v roce 2006 na téma „ekologický profil“ džínů, testuje úroveň transparentnosti značek, pokud jde o jejich závazky sociální i ty, které se vztahují k životnímu prostředí.

Redaktoři podle výše zmíněných závazků ohodnotili 22 značek džínů (obodovány od 1 – žádné závazky – až do 4 – nejpokročilejší v dané oblasti). Vycházeli z organizovaného sbírání informací ze štítků džínů, z informací, které si **osoby předstírající spotřebitele** písemně vyžádaly u klientského servisu či informací shromážděných prostřednictvím anket, a zvláště pak na základě kodexů chování a listin vztahujících se k životnímu prostředí.

Mezi velkými značkami vynikají Lee a Levi's (ohodnocené 4 body) a o něco méně G-Star (3 body). Z distribučních značek to jsou Gap, H&M, Tex - Carrefour, Zara (4 body), poté Active Wear (La Redoute), Celio a Complices (3 body).

Ty, které „kašlou“ na etiku, se řadí k módním značkám dnešní doby - jejich nenadálý úspěch jim **prý** nedopřál čas vytvořit si etiku a kodex správného chování...

K takovým značkám patří Diesel, Dolce & Gabbana, le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Jako **etické modely** bych si rovněž naprosto osobně **a objektivně** dovolil/a uvést značky Nudie Jeans (švédská značka, tedy nezbytně pokročilá, pokud jde o zodpovědnost k životnímu prostředí) a Edun (jejímž spoluzakladatelem je Bono Vox ze skupiny U2, značka je tudíž zcela znamenitým způsobem etická) (viz příslušné stránky). Časopis *60 millions...* **registroval** 200 značek džín, než z nich vybral pouze 22 pro test, který spolehlivě objasňuje právě tuto problematiku.

11. Hledání etiky džínů – stále je co zlepšovat

Časopis *60 millions de consommateurs* zveřejnil ve svém prosincovém čísle článek nazvaný Džiny, elegantní a etické?

Časopis tak nepřímou reaguje na studii **Ademu** (Agentura pro životní prostředí a řízení energie) z roku 2006 týkající se **ekologických dopadů výroby džínů**. V článku testuje Sdružení obrany spotřebitelů míru průhlednosti značek, co se týká jejich firemních postojů i k ochraně životního prostředí.

Redaktoři se zaměřili na hodnocení sociálních závazků a ochranu životního prostředí u 22 značek džínů (hodnocené od 1 – žádný závazek až 4 – největší pokrok v dané oblasti) na základě informací získaných z visaček džínů, z dotazů fiktivních zákazníků, kteří se obrátili na zákaznický servis, nebo z dotazníků. Především ale hodnotili podle kodexů chování firem a listin ochrany životního prostředí.

Nejlépe se umístily známé značky Lee, Levis (hodnocení 4) a s menším odstupem G-Star (3), které vynikaly nad ostatními. Další výrobní značky, Gap, H&M, oblečení Carrefour, Zara (4), dále Active Wear (La Redoute), Celio a Complices (3).

Současné módní značky jsou k etice lhostejné. Dá se říci, že jim jejich úspěch nedal možnost vytvořit si vlastní morálku a kodex dobrého chování.

Oslovská čepice tedy pro Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Z osobních důvodů a **na základě naprosté nestrannosti** si dovoluji uvést také značky Nudie Jeans (švédská značka, velmi ohleduplná vůči životnímu prostředí) a Edun (spoluzaložena Bonem z U2, jež má výbornou firemní etiku) jako etické modely (srovnej jejich stránky). Časopis *60 millions consommateurs* shromáždil 200 značek džínů a poté z nich vybral 22 pro test, to zajisté vše vysvětluje.

12. ETICKÝ VÝZKUM JEANSŮ aneb DALŠÍ POKROKY K REALIZACI

Časopis „60 milionů spotřebitelů“ vydává ve svém prosincovém čísle článek, který se jmenuje „Jeansy, šmrnc i etika?“

Článek vytvořil Úřad na ochranu spotřebitele v návaznosti na studii asociace Ademe (zabývající se životním prostředím), která byla uskutečněna v roce 2006 o „eko-profilu“ jednoho z výrobců jeansů. Článek testuje stupeň **transparence** značek, co se týče závazků vůči společnosti a životnímu prostředí.

Redaktoři se věnovali zhodnocení společenské a enviromentální angažovanosti 22 výrobců jeansů (známka 1 za neangažovanost až známka 4 za největší angažovanost v této oblasti). Následoval organizovaný sběr informací, které najdeme na etiketách jeansů. Tyto informace, které jsou shromážděny pomocí okruhu anket, jsou vyžadovány falešnými spotřebiteli a obrací se na službu zákazníkovi. Ale hlavně tyto ankety probíhaly na základě pravidel chování a listin o životním prostředí. (tento odstavec jsem nepochopila)

Na čestné tabuli se objevily značky: Lee, Levi's (známka 4) a G-Star, která se liší od těch dvou se známkou 3 jen o trochu. Mezi dalšími pozitivně hodnocenými značkami se objevily: Gap, H&M, Tex de Carrefour, Zara (známka 4), potom Active Wear (La Redoute), Celio et Complices (známka 3).

Značky, které momentálně na etiku tzv. „kašlou“, jsou ty, jejichž náhlý úspěch jim nenechal čas, aby se nějak zaobíraly morálkou či správným chováním...

Nejhorší místo tedy obsazují: Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltins'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Z čistě osobního hlediska a **na základě ne zcela bezchybné objektivity** si dovoluji zmínit také značky Nudie Jeans (švédská značka, takže je nutně eko-zodpovědná) a Edun (spoluzakladatelem je Bono z U2, takže je nutně eticky excelentní) jakožto **etické modely** (můžete srovnat jejich webové stránky). Časopis „60 milionů spotřebitelů“ **otiskl** 200 značek jeansů, než z nich vybral 22 pro svůj test.

13. Hledání etických džínů – Stále je co zlepšovat!

Časopis *60 milionů spotřebitelů* otiskl ve svém prosincovém čísle článek nazvaný *Džíny – vkusné a etické?!*

Ve volné návaznosti na studii **společnosti** Ademe (Státní agentura pro řízení péče o životní prostředí a energetiku), která byla provedena v roce 2006 a týkala se „ekoprofilu“ jistých džínů, testuje tento článek společnosti na ochranu spotřebitelů míru **transparence** značek z hlediska jejich sociálních a ekologických návyků.

Na základě organizovaného sběru informací (jde o informace uvedené na etiketách džínů, dále pak o informace získané lidmi, kteří se vydávali se za zákazníky a komunikovali prostřednictvím korespondence s klientskými centry, informace z průzkumů a zejména pak informace z etických **kódů** a chart o životním prostředí) oznámkovali redaktoři sociální a ekologické chování 22 značek džínů (od známky 1 – žádná snaha – až po známku 4 – nejpokrokovější v této oblasti).

Na čestné plaketě v rámci velkých značek mají prvenství *Lee, Levi's* (známka 4), za nimi je *G-Star* (známka 3). Mezi obchodními značkami se nejlépe umístily *Gap, H&M, Carrefour Tex* a *Zara* (známka 4), dále *La Redoute Active Wear, Celio* a *Complices* (známka 3).

Těmi, kdo na etiku kašlou, jsou současné módní značky, jejichž náhlý úspěch jim **zřejmě** nedal čas, aby si vytvořily morálku a kodex správného chování...

Hanba tedy značkám *Diesel, Dolce&Gabbana, Le Temps des cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto* a *Lee Cooper*.

Čistě osobně a **s věcností, které se dá určitě leccos vytknout**, si dovolím jako etické vzory jmenovat také značky *Nudie Jeans*, (švédská, a tudíž velmi ekologicky zodpovědná značka) a *Edun* (spoluzaložená Bonem z U2, a tedy rozhodně etická a perfektní), viz příslušné webové stránky. Časopis *60 milionů*... **registroval** 200 značek džínů, ze kterých nakonec na testování vybral pouze 22; tím se to jistě vysvětluje.

14. Průzkum etického chování **prodejen** džín – ještě je stále co zlepšovat!

Časopis „60 miliónů spotřebitelů“ otiskl ve svém prosincovém čísle článek nazvaný „Džiny, vkus a etické chování?“.

Tento článek od asociace pro ochranu spotřebitelů, jenž zkoumá míru transparentnosti značkových **prodejců** s ohledem na jejich závazky ke společnosti a životnímu prostředí, je nepřímou odpovědí na studii agentury Ademe (Agentura pro životní prostředí a úspory energie – „Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) uskutečněnou v roce 2006 na téma „ekologický profil“ džín.

Prostřednictvím nashromážděných a uspořádaných informací (získaných z etiket džínů, **reklamací** od **opravdových** či **fingovaných** spotřebitelů, zaslaných poštou na zákaznické oddělení či nepřímo prostřednictvím anket), zejména však na základě kodexu chování a listin o životním prostředí, redaktoři zhodnotili 22 značek džínů s ohledem na plnění závazků vůči společnosti a životnímu prostředí (v rozmezí 1 – žádné plnění závazků – až 4 – nejangažovanější v dané oblasti).

Do síně slávy velkých značek patří Lee, Levi's (ohodnocené čtyřkou), a o stupínek níže G-Star (s trojkou). Dále pak obchody se značkovým zbožím Gap, H&M, Tex de Carrefour, Zara (ohodnocené 4), Active Wear (La Redoute), Celio a Complices (se známkou 3).

Lhostejnými k etice se projevíly momentální módní značky: řekli bychom, že náhlost/nenadálost jejich úspěchu jim nedala čas osvojit si **morální a správný kodex chování**.

(Ostudné) oslí čepice tedy patří značkám Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rangs, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Podle mého názoru a zároveň **na základě naprosté objektivity** bych si dovilil uvést i značky: Nudi Jeans (švédského původu, a tedy značně ekologicky uvědomělá značka) a Edun (jejímž spoluzakladatelem je Bono ze skupiny U2, a tudíž pyšníci se prvotřídní etikou) jako **etické modely** (srovnejte s jejich příslušnými internetovými stránkami). Časopis „60 miliónů spotřebitelů“ vybíral z 200 značek džínů, aby z nich posléze vybral 22 pro tento test, což vysvětluje předcházející.

15. Průzkum „eko džínsů“ – je stále kam pokročit!

V prosincovém čísle francouzského časopisu „60 millions de consommateurs“ („60 miliónů spotřebitelů“) vychází článek s názvem „Džíny – šik a etické?“

Článek pojednává o testu provedeném neziskovou organizací pro ochranu spotřebitele, který zkoumá míru transparentnosti jednotlivých značek džínsů, **co se týče jejich sociální a environmentální zodpovědnosti**. Navazuje tak na starší studii agentury ADEME³³ provedenou v roce 2006 a týkající se „eko-profilu“ džínsů.

Známkami 1–4 (odpovídající žádné, resp. nejvyšší zodpovědnosti) bylo hodnoceno 22 rozdílných značek, **a to** především na základě pravidel chování a ekologických chart. Dále pak skrze řízený sběr dat, k němuž patří: údaje na štítcích džínsů, **reklamace** falešných spotřebitelů poslané na zákaznickou službu či data získaná prostřednictvím průzkumů.

Mezi značkami s ochrannou známkou jsou nejlépe hodnoceny Lee a Levi's (hodnocení 4) o něco hůře si stojí G-Star (hodnocení 3). Co se týče obchodních značek, hodnocení 4 dosáhly obchody Gap, H&M, **Carrefourský Tex** a Zara; trojkou jsou hodnoceny Active Wear internetového butiku La Redoute či Celio a Complices.

Značky, které jsou právě v módě, neřeší etiku vůbec: dá se říci, že díky jejich náhlému úspěchu jim nezbyl čas na to, aby si osvojily morálku a pravidla slušného chování.

Do kouta bychom tak mohli poslat značky jako Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin's Pot, Liberto a Lee Cooper.

Jakožto naprostý **nestráník** bych si osobně dovolil mezi vzorové etické značky (pro srovnání se podívejte na příslušné webové stránky) zařadit také Nudie Jeans (švédská, a tedy **pokročile eko zodpovědná** značka) a Edun (spoluzakladatelem je Bono z U2, což značí etickou znamenitost). Jejich nezařazení do zkoumaného vzorku **by mohl osvětlit fakt, že časopis „60 millions...“ podrobil testu pouze 22 značek z 200 možných.**

³³ Agende De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie – Agentura pro životní prostředí a kontrolu energie

16. Výzkum džínové etiky – ještě je co dohánět!

V prosincovém čísle časopisu *60 milionů spotřebitelů* se objevil článek s názvem *Džiny – šmrnc a etika?*

Článek sdružení na ochranu spotřebitelů byl vydán jako odezva na studii agentury Ademe (francouzská Agentura životního prostředí a hospodaření s energií), která byla vytvořena na téma „*eco*-profil“ džínů v roce 2006. Tento článek testuje stupeň transparentnosti různých značek, co se týče jejich sociálního angažování a závazků v oblasti ochrany životního prostředí.

Na základě organizovaného sběru informací – které jsou přítomny na štítcích džínů, žádané v dopisech spotřebitelů zasílaných na zákaznické linky, sesbírané prostřednictvím průzkumů – a zejména na základě kodexů chování a chart v oblasti životního prostředí, vydali redaktoři hodnocení toho, jak se 22 značek džínů *angažuje v sociální oblasti a v oblasti životního prostředí* (hodnocení od 1- žádné závazky - do 4 – nejvíce pokrokový v této oblasti).

Z velkých značek se vyznamenaly značky Lee a Levi's (oklasifikované 4) a v menší míře G-Star (3). Mezi firemními značkami pak Gap, H&M, Tex de Carrefour, Zara (všichni 4), dále Aktive Wear (La Redoute), Celio a Complices (zhodnocení 3).

Ignoranty etiky jsou *módní značky, které zazářily během chvíle* – *je známo*, že náhlost jejich úspěchu jim neponechala dostatek času na vytvoření nějaké morálky a kodexu správného chování.

Nejhorší pozice na seznamu zaujímají značky Diesel, Dolce&Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Čistě z osobního hlediska a na základě *ne zrovna dokonale objektivitu* bych si dovolil *jako vzory etiky* uvést ještě značky Nudie Jeans (švédská značka zaměřená silně ekologicky) a Edun (spoluzaložená Bonem ze skupiny U2, která si vytvořila vynikající etiku). Dříve než časopis *60 milionů spotřebitelů* vybral 22 značek pro již zmíněný test, zkoumal jich 200, což mnohé vysvětluje.

17. Výzkum etiky džínů – ještě je co zlepšovat!

Magazín „60 millions de consommateurs“ zveřejnil ve svém prosincovém vydání stať s názvem „Džíny. Elegantní a zároveň etické?“

V reakci na studii Ademe (Státní agentura pro řízení péče o životní prostředí a energetiku, Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) provedenou v roce 2006 na téma ekologický profil džínů testuje Sdružení obrany spotřebitelů míru angažovanosti módních značek v oblasti sociální a v oblasti životního prostředí.

Redaktoři hodnotili 22 značek džínů podle jejich angažování v těchto oblastech (známkování od 1 – žádné angažování – až po 4 – největší náskok v oboru). Hodnocení provedli na základě organizovaného sběru informací, které se objevují na etiketách džínů, dále na základě informací plynoucích z opodstatněných nebo i pochybných podnětů spotřebitelů adresovaných klientskému centru a informací, jež byly získány díky anketám. Vše proběhlo v souladu s pravidly chování a listinami o životním prostředí.

Čestné místo mezi zavedenými značkami výrobců džínů zaujímají Lee, Levi's (ohodnoceny známkou 4) a jen o málo hůře je na tom G-Star (3). Mezi ostatními značkami s ochrannou známkou stojí nejvýše Gap, H&M, Tex de Carrefour, Zara (4) a dále Active Wear (od La Redoute), Celio a Complices (3).

Mezi ty, co etiku opomíjí, patří novější módní značky – dalo by se říci, že jejich úspěch byl tak nečekaný, že neměly čas zabývat se morálkou a pravidly správného chování...

Oslovská lavice tedy připadá značkám Diesel, Dolce& Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Osobně bych si dovolil, i když možná ne zcela objektivně, jmenovat rovněž značky Nudie Jeans (švédská značka, která je vysoce ekologicky přátelská k životnímu prostředí) a Edun (značka, jejímž spoluzakladatelem je Bono ze skupiny U2, značka prvotřídní kvality i pokud jde o etiku). Tyto značky je možné považovat za vzory etiky (viz příslušné internetové stránky). Na počátku sepsal magazín „60 millions...“ 200 značek džínů a poté z nich vybral pouze 22 značek, které se zúčastnily testu, což spolehlivě osvětluje celou problematiku.

18. Výzkum etické džín- jsou ještě třeba pokroky!

Francouzský časopis pro spotřebitele „60 millions de consommateurs“⁴ vydal v prosincovém čísle článek s názvem „Džíny s vkusem a etikou?“.

Článek, který připravilo Sdružení na ochranu spotřebitelů, naráží na studii agentury ADEME (Agentura pro životní prostředí a kontrolu energie) z roku 2006, v němž je studován eko-profil džínů. Testuje úroveň transparentnosti značek z hlediska jejich zapojení do sociální oblasti a oblasti životního prostředí.

Na základě účelného sběru informací (které se nacházely na etiketách džín, které „falešní“ **zákazníci získali od zákaznických center** nebo které sesbírali pod záminkou anket) a hlavně na základě pravidel dobrého chování a listin o životním prostředí vydali redaktoři posudek na 22 značek džínů. **Ten studoval** jejich zapojení do oblasti **sociální a životního prostředí**. (Známky se udělovaly od 1– žádné zapojení – po 4 – nejpokročilejší v této oblasti.)

Na čestnou listinu můžeme zařadit velké značky jako Lee, Levi's (známka 4) a v menší míře i G-Star (3). Z obchodních značek můžeme zmínit Gap, H&M, Tex z obchodního domu Carrefour, Zara (známka 4), potom Active Wear (La Redoute)⁵, Celio a Complices⁶ (známka 3).

Ty značky, které etika nezajímá, jsou jen ty chvilkové. Řekněme, že kvůli rychlému úspěchu si ještě nestihly vytvořit morální zásady a pravidla dobrého chování.

Sypat popel na hlavu by si měly značky Diesel, Dolce & Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Osobně, na základě absolutní a **nevyvratitelné objektivity**, bych si dovilil jmenovat některé značky jako etické vzory (srov. příslušnou webovou stránku). Jsou to Nudie Jeans (švédská značka, která tudíž ukazuje i velmi pokročilou eko-zodpovědnost) a Edun (jejímž spoluzakladatelem je Bono z U2 a je tedy přímo **eticko-vynikající**). Časopis „60 millions...“ zaregistroval asi 200 značek, z nichž však vybral jen 22 k testování. To určitě vše vysvětluje.

⁴ „60 millions de consommateurs“ neboli „60 milionů spotřebitelů“

⁵ La Redoute- internetový obchod s módou a příslušenstvím do domu

⁶ Celio, Complices- módní značky a názvy obchodů

19. Průzkum etiky džínů – ještě je co zlepšovat!

Magazín „Šedesát milionů spotřebitelů“ uveřejnil ve svém prosincovém čísle článek s názvem „Džíny, šik a zároveň etické?“

Tento článek **Sdružení obrany** spotřebitelů, který čerpal inspiraci ve studii Ademe (tj. **Státní** agentura pro řízení péče o životní prostředí a energetiku), která v roce 2006 zkoumala ekologický profil džínů, testuje míru angažovanosti módních značek v oblasti **sociálního** a životního prostředí.

Redaktoři hodnotili angažovanost 22 značek džínů ve výše zmíněných oblastech, **a to na základě známkování od 1 (žádná angažovanost) do 4 (nejpokročilejší v oboru)**. Tento výzkum provedli na základě řízeného sběru informací prezentovaných na visačkách džínů nebo na základě informací získaných od opravdových nebo jen údajných spotřebitelů adresovaných klientskému centru nebo díky informacím získaných z anket, a to vše **v souladu** s pravidly chování a listinami o životním prostředí.

Na čestné tabuli se jako první umisťují značky Lee, Levis's (ohodnoceny známkou 4), druhá příčka patří o něco málo slabší značce G-Star (3). Mezi značkami s ochrannou známkou zaujímají přední příčky Gap, H&M, Tex de Carrefour, Zara (ohodnoceny známkou 4) a dále následují Active Wear (La Redoute), Celio a Complices (ohodnoceny známkou 3).

Nové módní značky jsou řazeny mezi ty, které se etikou nezabývají – zdá se, že jejich úspěch byl tak náhlý, že jim nezbyl čas zabývat se morálkou a pravidly dobrého chování.

Oslovská lavice tak připadá značkám Diesel, Dolce& Gabbana, Le Temps des Cerises/Japan Rags, Pepe jeans, Meltin'Pot, Liberto a Lee Cooper.

Osobně bych si dovolil jmenovat, **ne však na základě úplné objektivity**, značky Nudie Jeans (švédská značka, která je velmi ohleduplná k životnímu prostředí) a Edun (značka, jejímž spoluzakladatelem byl Bono ze skupiny U2, prvotřídní značka, která velmi dbá o etiku). Zmíněné značky **jsou považovány** za **vzorové příklady etiky** - o tom svědčí i jejich příslušné webové stránky. Magazín „Šedesát milionů...“ nejprve sepsal 200 značek džínů, poté z nich vybral pouze 22 a ty podrobil testu, což zajisté osvětluje tuto problematiku.