

## **PODATKI O PORABI GORIVA, EMISIJAH CO<sub>2</sub> IN EMISIJAH ONESNAŽEVAL ZUNANJEGA ZRAKA V PROMOCIJSKIH PROSPEKTIH**

V promocijskih prospektih se navedejo informacije o porabi goriva, emisijah CO<sub>2</sub> in emisijah onesnaževal zunanjega zraka (v nadaljnjem besedilu: okoljske informacije), ki:

- morajo biti lahko berljive in nič manj opazne kakor osnovni del informacij, ki je naveden v promocijskih prospektih,
- ne smejo biti napisane v drobnem tisku,
- morajo biti lahko razumljive celo pri hitrem oziroma površnem branju.

Okoljske informacije so:

- a) uradna številčna vrednost porabe goriva,
- b) uradna številčna vrednost specifične emisije CO<sub>2</sub>,
- c) uradna vrednost emisijske stopnje osebnega avtomobila,
- d) uradna številčna vrednost specifične emisije dušikovih oksidov (NO<sub>x</sub>), pri dizelskih motorjih tudi uradna vrednost specifične emisije trdnih delcev in število delcev,
- e) uradne številčne vrednosti specifičnih emisij drugih onesnaževal zunanjega zraka,
- f) zapis: »Podrobne okoljske informacije o novih osebnih avtomobilih najdete v priročniku o varčnosti porabe goriva, emisijah CO<sub>2</sub> in emisijah onesnaževal zunanjega zraka, ki ga lahko brezplačno pridobite na prodajnem mestu in na spletni strani dobavitelja osebnega avtomobila.«
- g) zapis: »Ogljikov dioksid (CO<sub>2</sub>) je najpomembnejši toplogredni plin, ki povzroča globalno segrevanje.«
- h) zapis: »Emisije onesnaževal zunanjega zraka iz prometa pomembno prispevajo k poslabšanju kakovosti zunanjega zraka. Prispevajo zlasti k čezmerno povišanim koncentracijam prizemnega ozona, delcev PM<sub>10</sub> in PM<sub>2,5</sub> ter dušikovih oksidov.«

Uradna vrednost porabe goriva se za tekoče gorivo izrazi v litrih na 100 km (l/100 km). Uradne vrednosti specifične emisije CO<sub>2</sub> se navedejo zaokroženo na najbližje celo število v gramih na kilometer (g/km). Število delcev se navede brez enot, druge uradne specifične emisije onesnaževal zunanjega zraka pa se navedejo v gramih na kilometer (g/km).

### **OGLAŠEVANJE ZNAMKE**

Če se promocijski prospekti sklicujejo le na znamko in ne na katerikoli posamezni model osebnega avtomobila, ni treba navajati informacij iz točk a), b), c), d), e) in f) te priloge, temveč je treba navesti le informacije iz točk g) in h) te priloge.

### **OGLAŠEVANJE POSAMEZNEGA MODELA OSEBNEGA AVTOMOBILA**

Navedba informacij iz točk a), b), g) in h) te priloge je obvezna za vse vrste promocijskih prospektov, ki oglašujejo posamezni model osebnega avtomobila.

Navedba informacij iz točk c) in d) te priloge je pri oglaševanju posameznega modela osebnega avtomobila obvezna za naslednje vrste promocijskih prospektov:

- oglase na spletu, televiziji in filmskem platnu,
- oglase v časopisih, revijah ter plakate, letake in zloženke;

v drugih promocijskih prospektih navedba teh informacij ni obvezna.

Navedba informacij iz točk e) in f) te priloge v promocijskih prospektih, ki oglašujejo posamezni model osebnega avtomobila, ni obvezna.

### **OGLAŠEVANJE VEČ MODELOV OSEBNIH AVTOMOBILOV**

Če gre za promocijo več modelov, se v promocijskih prospektih za vse modele navedejo informacije iz točk a), b), c) in d) te priloge.

Namesto informacij iz točk a) in b) te priloge se lahko navedejo razponi med najslabšo in najboljšo porabo goriva. Namesto informacij iz točk c) in d) te priloge se lahko navedejo informacije iz točke h) te priloge, lahko pa se hkrati navedejo informacije iz točk c), d) in h).

Navedba informacij iz točk e), f) in g) ni obvezna.

#### DODATNE ZAHTEVE ZA NEKATERE VRSTE PROMOCIJSKIH PROSPEKTOV

Oglasi na spletu, televiziji in filmskem platnu morajo prikazovati okoljske informacije najmanj polovico časa trajanja oglasa, vendar ne manj kot 8 sekund. Če oglas na spletu, televiziji ali filmskem platnu traja manj kot 8 sekund, se okoljske informacije prikazujejo ves čas trajanja oglasa. Velikost znakov v besedilu okoljske informacije ne sme biti manjša od velikosti podnapisov.

Okoljske informacije v oglasih v časopisih, revijah ter na plakatih, letakih in zloženkah morajo obsegati vsaj 20 odstotkov celotne oglaševalne površine.