

## Integratie van nieuwe EU-richtlijn tegen Greenwashing

Februari 2024

***Dit is een samenvatting van een artikel van het Europees Parlement. De recente goedkeuring van een nieuwe EU-richtlijn die gericht is op het verbeteren van productetikettering en het tegengaan van misleidende milieucclaims, markeert een belangrijke mijlpaal in de strijd tegen greenwashing. Deze ontwikkeling is van groot belang voor de verpakkingindustrie, die streeft naar duurzame productie en eerlijke communicatie over de milieu-impact van haar producten.***

### Hoofdpunten van de richtlijn

1. **Verbod op misleidende milieucclaims:** De richtlijn stelt een verbod in op algemene en ongegronde milieucclaims zoals "milieuvriendelijk", "duurzaam", waarbij dergelijke beweringen concrete en verifieerbare informatie moeten bevatten.
2. **Regulatie van duurzaamheidskeurmerken:** Alleen duurzaamheidskeurmerken die gebaseerd zijn op officiële certificeringsregelingen of ingesteld door overheidsinstanties zijn toegestaan, om de geloofwaardigheid en betrouwbaarheid van deze keurmerken te waarborgen.
3. **Betere zichtbaarheid van garantie-informatie:** Informatie over de garantie van producten moet duidelijker zichtbaar worden gemaakt voor consumenten, inclusief een nieuw label voor producten met een verlengde garantieperiode.
4. **Verbeterde productetikettering:** De richtlijn beoogt de etikettering van producten te verbeteren, zodat consumenten beter geïnformeerd zijn over de milieu-impact van hun aankopen.

### Impact op de verpakkingindustrie

De verpakkingindustrie, die een cruciale rol speelt in het aanbieden van duurzame en milieuvriendelijke oplossingen, kan significant profiteren van deze nieuwe wetgeving. Door de nadruk op accurate en transparante informatie, kunnen producenten van verpakkingen hun echte duurzame eigenschappen effectiever communiceren en zich onderscheiden in een competitieve markt.



### Handhaving

De Autoriteit Consument & Markt (ACM) zorgt voor de handhaving van het consumentenrecht en bewaakt tegen oneerlijke commerciële praktijken in Nederland, gesteund door de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken (Richtlijn OHP). De ACM legt hierbij de nadruk op het belang voor ondernemingen om claims over duurzaamheid helder, specifiek en controleerbaar over te brengen.

In lijn met deze benadering, implementeert de ACM Richtlijnen voor de toepassing om naleving te bevorderen. Deze richtlijnen verstrekken gedetailleerde adviezen voor het opstellen en beoordelen van claims op het gebied van milieu, met een focus op het belang voor ondernemingen om hun beweringen over duurzaamheid op een heldere, specifieke, en controleerbare manier te communiceren. Het doel hiervan is om te verzekeren dat consumenten niet misleid worden door onjuiste of bedrieglijke informatie.

## Richtlijnen

Producenten van verpakkingen die zich richten op duurzaamheidsaspecten dienen hun beweringen oprecht en doorzichtig te presenteren. Ter voorkoming van juridische kwesties en ter bescherming van de consument, verschaft de ACM richtlijnen met vijf basisprincipes voor het formuleren van duurzaamheidsclaims.

1. **Clarificeer het duurzaamheidsvoordeel van uw product.** Een claim omtrent duurzaamheid dient duidelijk, begrijpelijk en precies te zijn, zonder de consument op het verkeerde been te zetten of ruimte voor verkeerde interpretatie over het duurzaamheidsvoordeel te bieden.
2. **Staaft claims met bewijs en houd deze up-to-date.** Claims over duurzaamheid moeten feitelijk juist en onderbouwd zijn, en consequent bijgewerkt worden om te zorgen dat de informatie die aan consumenten wordt verstrekt actueel blijft.
3. **Voer een eerlijke vergelijking met andere producten, diensten of ondernemingen.** Vergelijkende beweringen aangaande de duurzaamheid van producten of diensten dienen oprecht, niet misleidend te zijn en gefundeerd op heldere, verifieerbare feiten.
4. **Wees oprecht en specifiek over inspanningen voor duurzaamheid.** Ondernemingen moeten een duidelijk onderscheid maken tussen algemene inspanningen voor duurzaamheid en specifieke voordelen van producten, waarbij claims over algemene inspanningen de werkelijke inspanningen accuraat weergeven en plannen voor de toekomst gebaseerd zijn op concrete, meetbare doelstellingen.
5. **Verzekert dat visuele beweringen en keurmerken nuttig zijn voor de consument en niet tot verwarring leiden.** Het inzetten van symbolen, afbeeldingen of keurmerken in het kader van duurzaamheidsclaims dient duidelijk en ondersteunend te zijn, met heldere en strikte criteria voor keurmerken om consumenten in staat te stellen weloverwogen beslissingen te nemen.

## Voordelen voor consumenten en producenten

- **Bescherming tegen misleidende marketing:** Consumenten worden beschermd tegen valse en misleidende claims, waardoor ze beter geïnformeerde aankoopbeslissingen kunnen maken.
- **Stimulans voor duurzame ontwikkeling:** Producenten worden aangemoedigd om transparanter te zijn in hun communicatie en meer te investeren in de ontwikkeling van duurzame verpakkingsoplossingen.

## Achtergrond:

De nieuwe richtlijn moet hand in hand gaan met de richtlijn groene claims, die momenteel op commissieniveau in het Parlement wordt besproken.

## Bron:

- <https://www.europarl.europa.eu/news/nl/press-room/20240112IPR16772/ep-neemt-nieuwe-wet-aan-tegen-greenwashing-en-misleidende-productinformatie>
- <https://www.acm.nl/system/files/documents/leidraad-duurzaamheidsclaims.pdf>