



Green Claims Directive

Sofie Lärkhammar och Charlotte Debong
Miljö- och hållbarhetskonsulter från WSP

2024-05-23

AGENDA

Bakgrund och syfte till direktivet

Direktivet i korthet och konsekvenser vid överträdelser

Röster om Green Claims Directive

Tidslinje

Bra saker att tänka på

Vad kan WSP hjälpa till med?



Ett av världens ledande analys- och teknikkonsultbolag



GLOBAL NÄRVARO

40 länder
6 kontinenter



MILJÖKONSULTER

14 000



BREDD

Nummer ett inom global
miljökonsultation



VÅRA MEDARBETARE

65 000 medarbetare globalt,
varav 6 000 i Norden
och 3 900 i Sverige



VÅRA TJÄNSTER

Helhetslösningar, rådgivning
och teknisk expertis inom
miljö- och samhällsutveckling



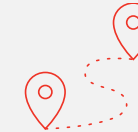
VÅRA KUNDER

Kunder inom offentlig-
och privat sektor på alla
marknader



NETTOOMSÄTTNING

WSP Sverige omsatte
5 428 Mkr år 2022



VÅR HISTORIA

150 års erfarenhet

Bakgrund till Green Claims Directive

Enligt en undersökning från EU-kommissionen 2020 så kan nuläget för "gröna påståenden" kort sammanfattas enligt nedan.

40%

av dagens påståenden om miljö och hållbarhet **saknar bevis.**

53%

av påståendena ger **vag, ogrundad eller direkt vilseledande information.**

330

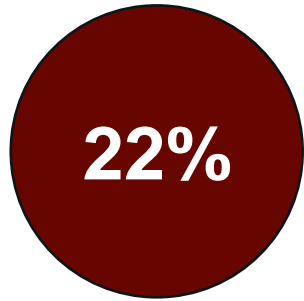
olika **hållbarhetsmärkningar** finns inom EU, varav cirka 100 stycken är energimärkningar.

1/2

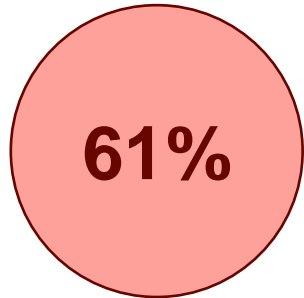
av alla märkningar erbjuder **svag eller obefintlig verifiering.**

Bakgrund till Green Claims Directive

Vidare så konstaterar en Nordisk konsumentundersökning att:



litar på ett en produkt är ett bra miljöval när den marknadsförs med begrepp som *miljövänlig*, *hållbar* eller *klimatneutral*.



blir ofta irriterade av att produkter marknadsförs som "gröna" utan någon bra förklaring.

Sammantaget så är **konsumenternas tilltro** till gröna påståenden väldigt låg.

Det innebär också utmaningar för de företag som faktiskt bedriver ett gediget arbete inom området.

Bakgrund till Green Claims Directive

Det finns redan idag lagstiftning på området

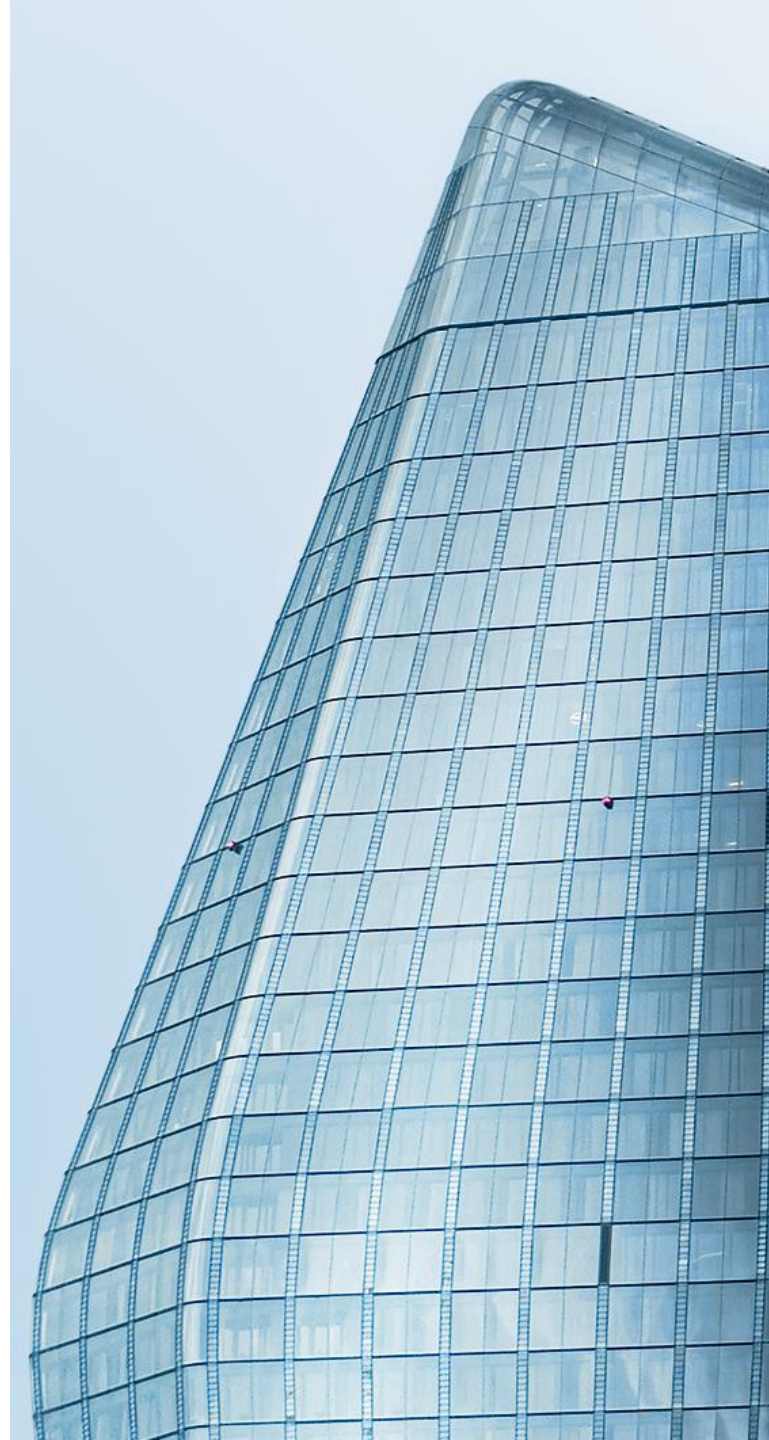
- Tvingande nationell och europeisk lagstiftning
 - Marknadsföringslag (2008:486)
- Internationella handelskammarens (ICC) marknadsföringskod

Med Green Claims Directive vill EU nu skärpa lagstiftningen ytterligare.



Syftet med direktivet

- Göra gröna påståenden **tillförlitliga, jämförbara och verifierbara** i hela EU.
- **Skydda konsumenter** från greenwashing.
- Bidra till att skapa en cirkulär och grön EU-ekonomi genom att **underlätta för konsumenter att fatta välgrundade beslut** gällande sina inköp.
- Förslaget behandlar även **miljömärkningssystem**, för att säkerställa att dessa är transparenta och pålitliga. Bidra till att skapa **lika förutsättningar** när det gäller jämförelse av produkters miljöprestanda.



Direktivet i korthet

- Omfattar "frivilliga påståenden" och märkningar som inte redan täcks av annan EU-lagstiftning.
- Bestämmelserna gäller kommunikation för "business to consumer" (B2C).
- Mikroföretag är undantagna (< 10 anställda och < 2 MEURO i omsättning, ca 23 MSEK)

Definition gröna/hållbarhets/miljöpåståenden

"Gröna påståenden" omfattar påståenden gällande miljöpåverkan, aspekter eller prestanda hos en produkt eller handlaren själv som anger eller antyder en positiv miljöpåverkan, mindre negativ påverkan, ingen påverkan eller förbättring över tiden för deras produkter, tjänster eller organisation.



Direktivet i korthet

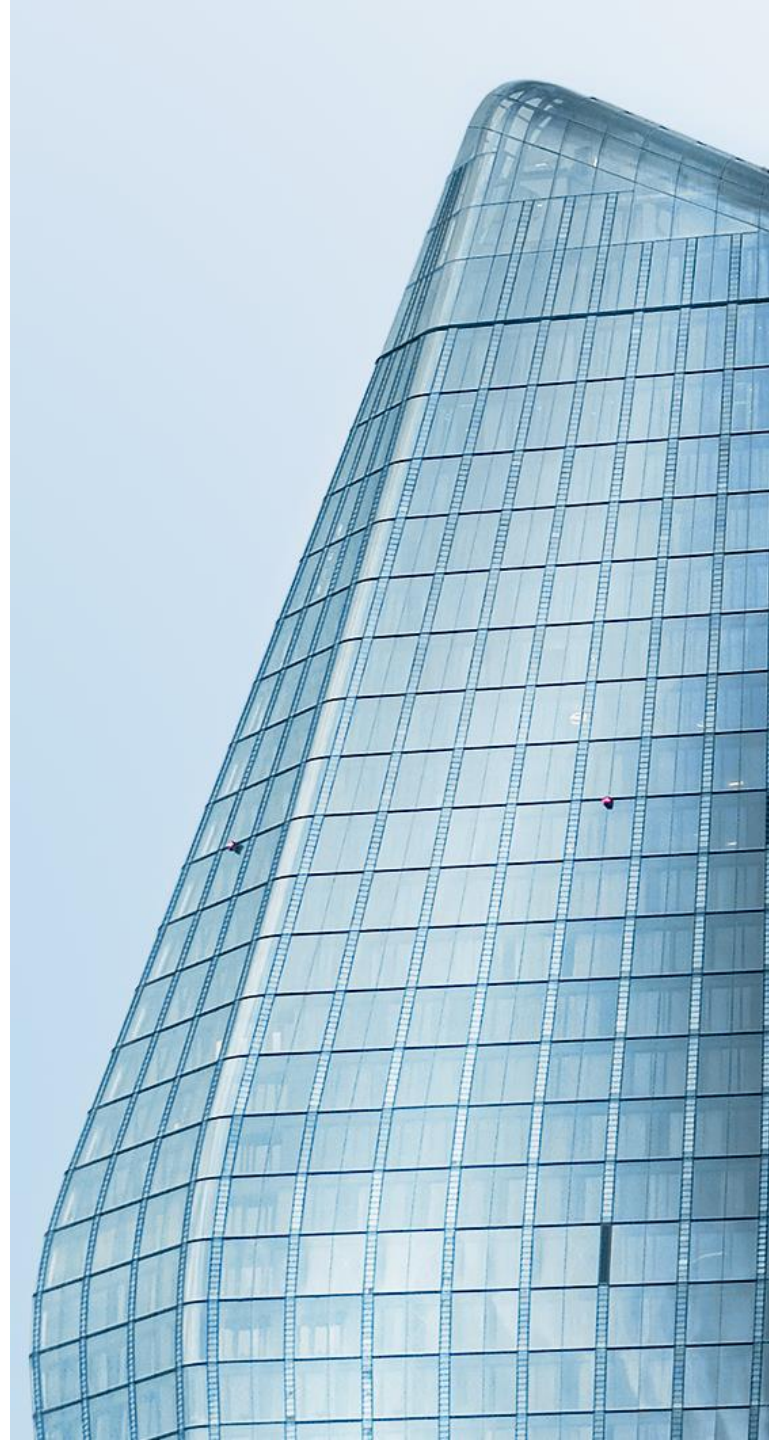
- Det ska vara tydligt om ett påstående gäller **hela produkten** (livscykelperspektiv)/**företaget** eller delar av det.
- Påståenden ska **styrkas på ett vetenskapligt sätt** och grundas på korrekt och verifierbar information samt internationella standarder.
- **Lagefterlevnad** får inte kommuniceras som en miljömässig framgång.
- Man ska kontrollera att **en förbättring på ett område inte inverkar negativt på andra**, exempelvis klimatförändringar, och biologisk mångfald.
- **Kompensation för utsläpp av växthusgaser** ska rapporteras på ett transparent sätt, separat från verksamhetens egna utsläpp.
- Vid **jämförelse med andra produkter**, företag etc. ska samma antaganden göras, jämförbar data användas och samma delar av värdekedjan bedömas.
- Gröna påståenden samt märkningar **måste verifieras** av tredje part innan de används i marknadsföringssyfte.



Konsekvenser om man bryter mot direktivets bestämmelser

Det som föreslås är att sanktioner och åtgärder för överträdelser av direktivet innehåller följande:

- **Böter**, som ökar vid upprepade överträdelser, där högsta beloppet ska vara **minst 4%** av företagets årsomsättning.
- **Tillfällig uteslutning** från offentlig upphandling och tillgång till offentlig finansiering under högst 12 månader.
- **Konfiskering av inkomster** från transaktioner av berörda produkter.



Röster om Green Claims

”Vi är överens med både Konsumentverket och Naturvårdsverket om att det redan i dag finns regler som reglerar greenwashing. Problemet är att reglerna används för lite. Ett exempel är Zalando som nyligen fälldes. Den domen visar att Konsumentverket – om de prioriterar rätt, får tillräckliga resurser och använder dem väl – kan fälla ett företag för vilseledande miljöpåstående med dagens regelverk.”

Marcus Wangel, miljöpolicyexpert på Svenskt Näringsliv

”Jag är främst glad att miljöpåståenden och miljömärkningar nu ska verifieras på förhand istället för att myndigheter ska jaga företag som redan gjort skada. Det gynnar dessutom seriösa miljömärkningar som redan lever upp till de här kraven. EU måste göra mer för att stoppa greenwashing men den här lagstiftningen är ett första viktigt steg i rätt riktning.”

Pär Holmgren, Miljöpartiets EU-parlamentariker

Tidslinje

Mars 2022, EU-kommissionen antar förslag om "*Directive on Empowering Consumers for the Green Transition*"

Mars 2023, EU-kommissionen antar förslaget om "*Directive on Green Claims*".

Mars 2024, EU-parlamentet röstade igenom Green claims-direktivet.

Direktivet ska också förhandlas av medlemsstaterna inom EU:s ministerråd, som ännu inte kommit överens om sin ståndpunkt.

Reglerna från det nya direktivet ska vara implementerade i medlemsstaterna senast 18 månader efter att direktivet har slutligt antagits och **efter 24 månader ska reglerna börja tillämpas**.

Prognosen just nu är att reglerna kommer att börja **tillämpas 2026**.

För Sveriges del har regeringen föreslagit att de nya bestämmelserna skulle kunna läggas in i t.ex. **Marknadsföringslagen** (2008:486).

Bra saker att tänka på

- Undvik otydliga och förenklade ord och begrepp som *miljövänlig*, *klimatneutral* eller *klimatkompenserad*.
 - Fokusera istället på konkreta åtgärder som vidtagits.
- Säkerställ att miljöpåståendet är väl underbyggt med robust underlag och korrekta beräkningar med vetenskaplig grund.
- Inkludera påverkan under hela livscykeln, alternativt var tydlig med vilka delar som täcks av påståendet.
- Vid jämförelse med andra aktörer, säkerställ att jämförbar data används.
- Fokusera på att minska utsläpp i den egna verksamheten eller värdekedjan.
 - Vid eventuell användning av klimatkompensation ska redovisningen av den vara transparent, och separat från verksamhetens egna utsläpp.
- Kommunicera inte lagefterlevnad som en hållbar framgång.
- Låt påståenden och märkningar granskas av en oberoende och ackrediterad part.



Vad kan WSP hjälpa till med?

Beroende på i vilket läge ni befinner er så kan WSP bland annat hjälpa till med att...

- Genomföra en analys av hur ni som företag påverkas av direktivet.
- Öka kunskap hos ledningsgruppen och personalen med hjälp av utbildning
- Utforma strategier, mål och liknande
- Ta fram bevisning och underlag som kan styrka en produkts eller tjänsts hållbarhetsprestanda, exempelvis:
 - Klimatberäkningar
 - Livscykelanalyser

Tack för att ni har lyssnat! Hör gärna av er med frågor och funderingar.



sofie.larkhammar@wsp.com



charlotte.debong@wsp.com

Om du vill läsa vidare...

Sammanfattning:

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/753958/EPRS_BRI\(2023\)753958_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/753958/EPRS_BRI(2023)753958_EN.pdf)

Utkast på direktivet

<eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023PC0166>