

Ochrona konsumentów: ułatwienie wyboru zrównoważonych produktów i zakaz pseudoekologicznego marketingu

Komisja proponuje wprowadzenie [wspólnych kryteriów zwalczania pseudoekologicznego marketingu i wprowadzających w błąd twierdzeń dotyczących ekologiczności](#). Celem omawianego wniosku jest stworzenie **jaśniejszej sytuacji** dla **konsumentów**, którzy powinni mieć **pewność**, że produkty sprzedawane jako ekologiczne rzeczywiście takie są, a także poprawienie jakości informacji, aby ułatwić wybór produktów przyjaznych dla środowiska. Korzyści odnoszą również **przedsiębiorstwa**. Firmy, które rzeczywiście starają się, by ich produkty były bardziej zrównoważone, będą bardziej **rozpoznawalne**, co przełoży się na **uznanie konsumentów i wzrost sprzedaży**. Nie będą też musiały obawiać się nieuczciwej konkurencji. Wniosek przyczyni się w ten sposób do stworzenia **równych warunków działania**, jeśli chodzi o informacje o efektywności ekologicznej produktów.

W [badaniu Komisji](#) z 2020 r. podkreślono, że 53,3 proc. zbadanych twierdzeń dotyczących ekologiczności w UE uznano za niejasne, wprowadzające w błąd lub niewystarczająco uzasadnione, a 40 proc. – za bezpodstawne. Brak wspólnych przepisów regulujących postępowanie się przez firmy dobrowolnymi twierdzeniami dotyczącymi ekologiczności prowadzi do pseudoekologicznego marketingu i stwarza nierówne warunki działania na rynku UE, ze szkodą dla przedsiębiorstw, które rzeczywiście są ekologiczne.

Wiarygodne, porównywalne i weryfikowalne informacje dla konsumentów

Zgodnie z wnioskiem Komisji, przedsiębiorstwa, które zdecydują się na stosowanie „twierdzenia dotyczącego ekologiczności” w odniesieniu do swoich produktów lub usług, będą musiały przestrzegać minimalnych norm dotyczących **uzasadnienia** tego twierdzenia i sposobu jego **przekazywania**.

Wniosek **dotyczy jednoznacznych twierdzeń**, takich jak: „T-shirt z butelek PET pochodzących z recyklingu”, „zrekompensowane emisje z wysyłki”, „opakowanie wykonane w 30 proc. z tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu” lub „krem z filtrem przeciwsłonecznym przyjaznym dla oceanu”. Nowe przepisy mają także ograniczyć liczbę systemów **oznakowania ekologicznego** i uregulować tworzenie nowych, publicznych i prywatnych, systemów oznakowania. Przepisy obejmują wszystkie dobrowolne twierdzenia dotyczące wpływu na środowisko, aspektów związanych ze środowiskiem i efektywności ekologicznej produktów, usług i samych przedsiębiorstw. Nie uwzględniono w nich jednak **twierdzeń, które są objęte obowiązującymi przepisami UE**, np. dotyczącymi oznakowania ekologicznego UE lub logo żywności ekologicznej, ponieważ obowiązujące przepisy zapewniają już wiarygodność tych prawnie regulowanych twierdzeń. Z tego samego powodu nie uwzględniono twierdzeń, które zostaną objęte szczegółowymi przepisami UE w **najbliższej przyszłości**.

Zanim przedsiębiorstwo posłuży się twierdzeniem dotyczącym ekologiczności objętym nowymi przepisami, obowiązkowa będzie **niezależna weryfikacja** twierdzenia i przedstawienie potwierdzających je **dowodów naukowych**. W ramach tej analizy naukowej przedsiębiorstwa będą musiały określić wpływ na środowisko, który jest rzeczywiście **istotny** dla danego produktu, oraz **wszelkie ewentualne zależności**, aby przedstawić pełny i dokładny obraz sytuacji.

Jasne i zharmonizowane zasady i etykiety

Szereg przepisów zagwarantuje **przekazywanie twierdzeń w jasny sposób**. Na przykład oświadczenia lub etykiety, w których wykorzystuje się **zagregowane wyniki** oceny oddziaływania na środowisko, będą zakazane, chyba że uwzględniono je w przepisach UE. Jeżeli produkty lub organizacje są porównywane z innymi, takie **porównania powinny opierać się na równoważnych informacjach i danych**.

Wniosek ureguluje również kwestię **oznakowania ekologicznego**. Obecnie istnieje co najmniej 230 różnych rodzajów oznakowania i wiele wskazuje na to, że powoduje to **dezorientację konsumentów i wzbudza ich nieufność**. Aby kontrolować mnożenie się takich oznaczeń, wprowadzanie nowych publicznych systemów oznakowania nie będzie możliwe, chyba że zostaną opracowane na szczeblu UE. Z kolei przed wprowadzeniem nowego prywatnego systemu konieczne będzie udowodnienie, że jest on bardziej zaawansowany w zakresie ochrony środowiska niż istniejące systemy, i uzyskanie odpowiedniego zezwolenia. Opracowano szczegółowe zasady dotyczące ogólnie oznakowania ekologicznego: musi ono również być wiarygodne, przejrzyste, weryfikowane przez niezależne podmioty i poddawane regularnym przeglądom.

Dalsze działania

Zgodnie ze zwykłą procedurą ustawodawczą wniosek dotyczący dyrektywy w sprawie twierdzeń dotyczących ekologiczności będzie teraz wymagał zatwierdzenia przez Parlament Europejski i Radę.

Kontekst

Omawiany wniosek uzupełnia [wniosek z marca 2022 r. w sprawie wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej](#) poprzez ustanowienie bardziej szczegółowych przepisów w zakresie twierdzeń dotyczących ekologiczności, oprócz ogólnego zakazu reklamy wprowadzającej w błąd. Omawiane przepisy zostały również przedstawione wraz z wnioskiem w sprawie wspólnych przepisów promujących naprawę towarów, co przyczyni się do zrównoważonej konsumpcji i wzmocnienia gospodarki o obiegu zamkniętym.

Przedstawiony dziś wniosek przyczynia się do realizacji ważnego zobowiązania Komisji, podjętego w ramach Europejskiego Zielonego Ładu. Jest on częścią trzeciego pakietu wniosków dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym, wraz z wnioskiem w sprawie wspólnych przepisów promujących naprawę towarów. Pierwszy i drugi pakiet dotyczący gospodarki o obiegu zamkniętym przyjęto w marcu i w listopadzie 2022 r. [Pierwszy pakiet](#) obejmował nowe proponowane rozporządzenie w sprawie ekoprojektu dla zrównoważonych produktów, strategię UE na rzecz zrównoważonych wyrobów włókienniczych w obiegu zamkniętym oraz proponowaną dyrektywę z dziedziny prawa konsumenckiego dotyczącą wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej. [Drugi pakiet](#) obejmował wnioski dotyczące rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych, komunikatu w sprawie biodegradowalnych, biopochodnych i nadających się do kompostowania tworzyw sztucznych oraz proponowane rozporządzenie w sprawie unijnych ram certyfikacji usuwania dwutlenku węgla.

Informacje dodatkowe:

[Wniosek w sprawie dyrektywy w sprawie nowych przepisów dotyczących uzasadniania twierdzeń dotyczących ekologiczności](#)

[Pytania i odpowiedzi:](#) Nowe kryteria dotyczące uzasadniania twierdzeń dotyczących ekologiczności

[Zestawienie informacji](#)

[Strona internetowa na temat twierdzeń dotyczących ekologiczności](#)

[Wniosek dotyczący dyrektywy w sprawie wspólnych przepisów promujących naprawę towarów](#)

[Komunikat prasowy](#) – Promowanie naprawy i ponownego użycia

[Pytania i odpowiedzi](#) – Promowanie naprawy i ponownego użycia

Promowanie naprawy i ponownego użycia – [strona internetowa](#)

Cytat(y)

Wszyscy chcemy zrobić, co w naszej mocy, aby ograniczyć wpływ naszych wyborów konsumpcyjnych na środowisko. Ekologiczne życie nie jest jednak łatwe. Jesteśmy bombardowani informacjami. Na rynku UE istnieje 230 różnych oznakowań ekologicznych. Zaufanie do twierdzeń dotyczących ekologiczności i etykiet na produktach jest istotne. Przedstawione dziś przez Komisję wnioski będą chronić przedsiębiorstwa i konsumentów przed szkodliwymi praktykami pseudoekologicznego marketingu i przeciwdziałać mnożeniu się etykiet. Chcemy pomóc konsumentom zyskać większą pewność co do wyborów, jakich dokonują, i zadbać o to, by nagradzane były przedsiębiorstwa, które podejmują rzeczywiste wysiłki na rzecz ograniczenia swojego wpływu na przyrodę, wykorzystanie zasobów, emisje lub zanieczyszczenie. Powinniśmy również rozszerzyć stosowanie wspólnych wiarygodnych etykiet, takich jak oznakowanie ekologiczne UE, które jest znakiem doskonałości pod względem ochrony środowiska na naszym jednolitym rynku.

Virginijus Sinkevičius, komisarz do spraw środowiska, oceanów i rybołówstwa - 22/03/2023

Twierdzenia dotyczące ekologiczności są wszędzie: podkoszulki przyjazne dla oceanów, banany neutralne pod względem emisji, soki przyjazne dla pszczół, dostawy o zerowym śladzie węglowym itd. Niestety zbyt często są one nieuzasadnione lub nie ma dowodów, że są prawdziwe. Otwiera to drogę do pseudoekologicznego marketingu i stawia w niekorzystnej sytuacji przedsiębiorstwa wytwarzające rzeczywiście zrównoważone produkty. Wielu Europejczyków chce przyczynić się do bardziej zrównoważonego świata poprzez swoje zakupy. Musimy sprawić, aby mogli ufać deklaracjom składanym przez firmy. Dzięki tej propozycji konsumenci mają pewność, że gdy coś jest sprzedawane jako ekologiczne, to takie rzeczywiście jest.

Frans Timmermans, wiceprzewodniczący wykonawczy do spraw Europejskiego Zielonego Ładu - 22/03/2023

Pdf do druku

Ułatwienie wyboru zrównoważonych produktów i zakaz pseudoekologicznego marketingu

polski (45.503 kB - PDF)

[Pobierz \(45.503 kB - PDF\)](#)

Komunikat prasowy

22 marca 2023, Bruksela