

ΣΤΗΡΙΑ ΤΟΣΟ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΟΣΟ ΚΑΙ ΤΩΝ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κομισιόν: Στο στόχαστρο η ψευδοοικολογική ταυτότητα

Στην εποχή που η ανησυχία για τις επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης κορυφώνεται σε όλο τον κόσμο, οι εταιρείες προσπαθούν να δημιουργήσουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον. Ωστόσο, δεν είναι λίγες οι φορές που οι περιβαλλοντικές ενδείξεις που φέρει ένα προϊόν είναι παραπλανητικές, καθώς δεν ανταποκρίνονται πλήρως στην πραγματικότητα, παραπλανώντας έτσι τους καταναλωτές που τα επιλέγουν και συχνά, πληρώνουν περισσότερα χρήματα, με την πεποίθηση πως ωφελούν το περιβάλλον. Μια τέτοια παραπλανητική τακτική, ωστόσο, δεν λειτουργεί σε βάρος μόνο των καταναλωτών αλλά και άλλων εταιρειών που λειτουργούν και επικοινωνούν με ειλικρίνεια. «Φρένο» στην παραπλανητική αυτή τακτική θέλει να βάλει η **Ευρωπαϊκή Ένωση**, με την Κομισιόν να προτείνει λύσεις κατά της προβολής ψευδοοικολογικής ταυτότητας και των παραπλανητικών περιβαλλοντικών ισχυρισμών. Σύμφωνα με την πρόταση της Κομισιόν, οι περιβαλλοντικοί ισχυρισμοί των brands θα πρέπει να είναι σαφείς και τεκμηριωμένοι, για να είναι βέβαιοι οι καταναλωτές ότι όταν κάτι πωλείται ως οικολογικό, είναι πράγματι οικολογικό. Θα πρέπει ακόμα η ποιότητα ενημέρωσης να είναι καλύτερη, ώστε οι καταναλωτές να είναι σε θέση να επιλέξουν με βεβαιότητα προϊόντα και υπηρεσίες φιλικά προς το περιβάλλον. Με την πρόταση της Κομισιόν αναμένεται να ωφεληθούν και οι επιχειρήσεις, δεδομένου ότι εκείνες που καταβάλλουν πραγματική προσπάθεια για τη βελτίωση της περιβαλλοντικής εικόνας των προϊόντων τους, θα αναγνωρίζονται ευκολότερα και θα ανταμείβονται από τους καταναλωτές, θα μπορούν δε να επιτυγχάνουν αύξηση των πωλήσεών τους, αντί να αντιμετωπίζουν αθέμιτο ανταγωνισμό. Η πρόταση θα συμβάλει ακόμα στη δημιουργία ισότιμων όρων ανταγωνισμού όσον αφορά τις περιβαλλοντικές επιδόσεις των προϊόντων. Η Κομισιόν οδηγήθηκε σε αυτή την απόφαση καθώς σε μελέτη που έγινε το 2020 στην Ε.Ε., διαπιστώθηκε ότι το 53,3% των περιβαλλοντικών ισχυρισμών που εξετάστηκαν ήταν ασαφείς, παραπλανητικοί ή αβάσιμοι και το 40% ατεκμηρίωτοι. Η απουσία κοινών κανόνων για τις εταιρείες που διατυπώνουν οικειοθελείς

οικολογικούς ισχυρισμούς «επιτρέπει» την προβολή ψευδοοικολογικής ταυτότητας και τη δημιουργία άνισων όρων ανταγωνισμού στην αγορά της Ε.Ε., λειτουργώντας σε βάρος των εταιρειών που ακολουθούν πραγματικά βιώσιμες πρακτικές.

Τι προβλέπει η πρόταση της Επιτροπής

Σύμφωνα με την πρόταση της **Ευρωπαϊκής Επιτροπής**, όταν οι εταιρείες επιλέγουν να διατυπώσουν έναν «οικολογικό ισχυρισμό» σχετικά με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, θα πρέπει να τηρούν κάποιους ελάχιστους κανόνες σχετικά με τον τρόπο που τεκμηριώνουν και προβάλλουν τους ισχυρισμούς αυτούς.

Η πρόταση προβλέπει ότι προτού οι εταιρείες με τα προϊόντα τους επικαλεστούν «οικολογικούς ισχυρισμούς», θα πρέπει οι ισχυρισμοί αυτοί να επαληθεύονται με ανεξάρτητο τρόπο και να αποδεικνύονται με επιστημονικά στοιχεία. Στο πλαίσιο αυτής της επιστημονικής ανάλυσης, οι εταιρείες θα πρέπει να προσδιορίζουν τυχόν περιβαλλοντικές επιπτώσεις από το προϊόν τους και να εντοπίζουν τυχόν συμβιβασμούς, ώστε να παρέχουν πλήρη και ακριβή εικόνα. Η πρόταση θα ρυθμίζει επίσης τα περιβαλλοντικά σήματα. Επί του παρόντος, υπάρχουν τουλάχιστον 230 διαφορετικά σήματα στην Ε.Ε., αλλά και στοιχεία που αποδεικνύουν ότι αυτό οδηγεί σε σύγχυση και δυσπιστία των καταναλωτών. Για τον έλεγχο της αύξησης των εν λόγω σημάτων, δεν θα επιτρέπονται νέα δημόσια συστήματα επισήμανσης, εκτός αν αναπτυχθούν σε επίπεδο Ε.Ε., και τυχόν νέα ιδιωτικά συστήματα θα πρέπει να επιδεικνύουν υψηλότερες περιβαλλοντικές φιλοδοξίες από τα υφιστάμενα και να λαμβάνουν προηγούμενη έγκριση. Υπάρχουν λεπτομερείς κανόνες σχετικά με τα περιβαλλοντικά σήματα εν γένει: πρέπει να είναι αξιόπιστα, διαφανή, επαληθευμένα με ανεξάρτητο τρόπο και να επανεξετάζονται τακτικά. Σύμφωνα με τη συνήθη νομοθετική διαδικασία, η πρόταση οδηγίας για τους οικολογικούς ισχυρισμούς θα υποκειται πλέον στην έγκριση του **Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου** και του **Ευρωπαϊκού Συμβουλίου**.



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

ΣΔΕ: Σκοπός οι ισχυρισμοί βιωσιμότητας να εμπνέουν εμπιστοσύνη

Ο **ΣΔΕ** εργάζεται για τη βιωσιμότητα από το 2019 και έχει πραγματοποιήσει μεγάλο αριθμό δράσεων για θέματα βιωσιμότητας, μεταξύ των οποίων και η διοργάνωση του **Global Marketer Conference 2022** με μηδενικό waste τροφίμων και ανακυκλώσιμων υλικών. Από το 2021 προωθεί στην Ελλάδα, ως επίσημος partner, το **WFA Planet Pledge**. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων που στόχο έχει να γίνει το marketing κινητήρια δύναμη για την αντιμετώπιση των μεγάλων περιβαλλοντικών θεμάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης. Μέρος του Planet Pledge αποτελεί ο Οδηγός Global Guidance on Environmental Claims, ένα μοναδικό πρακτικό εργαλείο που βοηθάει τους marketers να:

- Χρησιμοποιούν αξιόπιστους και τεκμηριωμένους περιβαλλοντικούς ισχυρισμούς
- Να αποφεύγουν το greenwashing & το greenhushing, δύο εξίσου επικίνδυνες πλευρές του ίδιου νομίσματος
- Να κερδίζουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και των ρυθμιστικών αρχών

Η **Νερίνα Κομιώτη**, γενική διευθύντρια του ΣΔΕ, δήλωσε σχετικά: «Η Ε.Ε. προσπαθεί νομοθετικά να αντιμετωπίσει τους ψευδείς -ή εσφαλμένους, εάν θέλετε- περιβαλλοντικούς ισχυρισμούς και να εμποδίσει το Green washing. Αν και με εξαίρεση τη Γαλλία, δεν υπάρχει αυτή τη στιγμή σε άλλη χώρα της Ευρώπης νομικό πλαίσιο για τις υποχρεώσεις των brands, έρχονται σύντομα Οδηγίες, όπως αυτή για την ενδυνάμωση των καταναλωτών για την πράσινη μετάβαση και η Οδηγία για τα Green Claims. Είναι πολύ μεγάλος ο αριθμός σοβαρών εταιρειών που έχουν βρεθεί υπόλογες για Greenwashing, το θέμα είναι super SOS! Ο Οδηγός Global Guidance on Environmental Claims μπορεί να προστατεύσει τα brands και τους καταναλωτές. Γι' αυτό και αποφασίσαμε να τον διαθέσουμε όχι μόνο στα μέλη μας αλλά σε ολόκληρη την αγορά». Μάθετε περισσότερα για τις δράσεις του ΣΔΕ για τη βιωσιμότητα [εδώ](#), για το Planet Pledge [εδώ](#) και βρείτε τον Οδηγό [εδώ](#).