

Klimat- och näringslivsdepartementet  
Kemikalieenheten  
KN2023/02755

Yttrande IKEA Sverige

## **Remiss av EU-kommissionens förslag till direktiv om styrkande och kommunikation om uttalade miljöpåståenden**

IKEA tackar för möjligheten att yttra sig gällande EU-kommissionens förslag till direktiv om styrkande och kommunikation om uttalade miljöpåståenden, Dnr KN2023/02755.

### **Om IKEA**

IKEA erbjuder väl designad, funktionell och prisvärd heminredning av hög kvalitet som tillverkas med omsorg om människor och miljö. Det finns flera företag med olika ägare som drivs under varumärket IKEA och alla delar samma vision: *att skapa en bättre vardag för de många människorna*. IKEA grundades i Sverige 1943 och finns idag på nästan 500 olika platser, vi har fler än 200 000 medarbetare och våra kunder kan möta IKEA runt om i världen.

IKEA vill vara en aktiv del i Sveriges och EU:s arbete mot en hållbar framtid. För att underlätta denna omställning stöttar vi att regelverk som bidrar till god konsumentkännedom angående klimateffekterna kommer på plats. Därför menar vi att möjligheten att kommunicera hållbarhetsarbete och verifiera miljöpåståenden vid marknadsföring är både viktigt och nödvändigt.

IKEA bidrar mer än gärna i dialogen för att utveckla regelverk som stödjer företag, kunder och leverantörer i att göra mer hållbara val.

**Sammanfattande synpunkter:**

IKEA välkomnar ambitionen i Kommissionens förslag, att utveckla en tydlig och förutsägbar rättslig ram som styr reglerna för gröna påståenden i hela EU, men ser en risk i att en allt för stor del av förslaget överlåter tolkningsmöjligheter av direktivet till enskilda medlemsstater. När medlemsstaterna själva kan sätta regler för hur direktivet ska implementeras riskerar det att bidra till en otydlighet som inte harmoniserar regelverken på den inre marknaden.

Ett ramverk bör syfta till att öka tillförlitligheten i frivilliga gröna påståenden och rättssäkerheten, möjliggöra och uppmuntra företag att informera om miljöpåverkan av sina produkter, sin verksamhet eller tjänster på ett sätt som främjar mer hållbara val för konsumenterna, samt driver på innovation och investeringar inom företag mot hållbara mål.

Vidare menar IKEA att det i arbetet framåt behöver beaktas att ett flertal förordningar och direktiv från EU är under beredning och att det därför behövs en god översikt för att säkerställa att sektorer inte dubbelregleras. Vi vill också understryka att det är viktigt att den administrativa bördan för företag ligger i paritet med nyttan för både konsumenten och samhället.

**Detaljerade synpunkter:****1. Implementering, vägledning och behov av förtydligande**

Då implementering och efterlevnad av direktivet i stort överläts till medlemsstaterna ser vi en risk att tolkningen dem emellan bidrar till otydlighet i ansvar. Denna otydlighet riskerar att uppstå för företag som är etablerade i flera länder på den inre marknaden, men enbart använder sig av verifiering från ett medlemsland. För IKEA är det viktigt att ett företag etablerat i Sverige ska kunna känna trygghet i att om en verifiering genomförts här ska den också vara giltig på hela den inre marknaden. Då nuvarande förslag överlåter ett stort ansvar på medlemsstaterna i denna del, ser vi en risk i att konflikter uppstår gällande verifieringens giltighet. Vi hade önskat att förslag på hur en sådan konflikt ska hanteras också hade presenterats.

Utöver införande av Green Claims kommer också Consumer Rights Directive och Unfair Commercial Practices Directive att reglera marknadsföring och definitioner av denna. Det är viktigt att de rättsakter som nu förhandlas fram korrelerar med varandra och inte leder till dubbla regleringar, det gäller inte minst marknadsföringslagen. Det är därför viktigt att det säkerställs hur de

olika regelverken kan samexistera då de träder ikraft. Vi menar också att om direktivet ska bidra till ökad transparens behövs tydligare vägledningar än vad som nu redogörs för under artikel 3 och 4. Det vore önskvärt om det redan nu förbereds för utbildning och vägledning för detta.

Att tillägga, ser vi ett behov av förtydligande gällande terminologi för olika certifieringssystem och under vilken kategori hållbarhetsmärkningar som utfärdats av certifieringssystem ska eller inte ska inkluderas. Då både "certifieringssystem" och "tredjepartscertifierade" nämns i förslaget måste kriterierna för både de obligatoriska och frivilliga tredjepartscertifieringarna definieras och klargöras, något som också inkluderar de normer på vilka tredjepartscertifieringarna är tänkta att baseras på.

Det är för närvarande oklart i vilken utsträckning detta förslag påverkar den övergripande hållbarhetskommunikationen från företag och de framsteg som görs. Det skulle vara mycket administrativt betungande om företag behöver söka förhandsgodkännande för varje saklig kommunikation kring specifika affärsåtgärder eller prestationer, vilket kan ske på en mängd olika sätt (t.ex. information på företagswebbplatser, pressmeddelanden etc.). Det är viktigt att företag kan kommunicera utan alltför stora bördor om sina egna interna processer eller revisionssystem för att bidra till ökad konsumentkännedom om miljö- och klimatpåverkan. Det är därför nödvändigt att tillämpningsområdet för detta direktiv klargörs ytterligare.

## **2. Bidra till ökad transparens för konsumenter**

Direktivets främsta syfte bör vara att bidra till korrekt och lättförståelig vägledning gällande gröna påståenden för konsumenter på den inre marknaden. Med nuvarande utformning finns flera skrivningar som istället riskerar att bidra till motsatsen. Nuvarande utformning är betungande och osäkerheten stor, vilket kan leda till att företag istället väljer att backa och minska sin information kring produktens klimat- och miljöpåverkan. Detta samtidigt som regleringen riskerar att stoppa nya miljömärkningar från att tas fram och därmed bidrar till minskad innovation.

Vi ser en risk i att negativ påverkan på internationella standarder eller risker för ökade handelshinder inte beaktas i tillräckligt hög utsträckning. För att bidra till en ökad harmonisering globalt samt minska riskerna för framtida handelshinder bör utformandet av gröna påståenden i inte allt för stor utsträckning avvika från internationell praxis.

IKEA är positiva till förslaget om ett poängsystem riktat mot kunder som baserar sig på samlade data. Detta system skulle fungera bäst om det etablerades globalt men ett steg på vägen är att etablera det inom EU. I detta system ser vi stora fördelar med att väl etablerade privata initiativ, både på global och på europeisk nivå, samexisterar med offentliga initiativ, självklart under förutsättningen att samtliga uppfyller lagkrav på transparens och pålitlighet.

### **3. *Utmaningar med förhandsgodkännande riskerar få negativa konsekvenser***

I artikel 10 föreslås att förhandsgodkännande ska råda, något som vi ser kan få negativa konsekvenser för såväl produktion som kommunikation. Om en förhandsreglering träder i kraft finns en risk att produkter som säljs under en begränsad tidsperiod inte kan marknadsföras som hållbara. På grund av förslagets omfattning och otydlighet riskerar det att skapa flaskhalsar i systemet, något som kan leda till att företag väljer bort att marknadsföra sina produkter som mer hållbara. En konsekvens som riskerar att få en direkt motsatt effekt till vad Kommissionen vill uppnå med regleringen. IKEA menar att det är önskvärt att även kostnadseffektiviteten tas i beaktan. Ett ineffektivt eller för kostsamt system kommer, även om det fungerar, dessvärre betalas av slutkonsumenten.

Om förhandsgodkännande inte är praktiskt genomförbart utan att regelbördan blir övermäktig och kostnaden oskälig, menar IKEA att lagstiftningen istället bör fokusera på att upprätta konsekvenser för företag som inte efterlever bestämmelserna i direktivet.

Vid en överträdelse anser IKEA att företagets förmåga och skyldighet att vidta korrigerande åtgärder prioriteras genom självrättelse. Om inte självrättelse sker anser vi att effektiva och proportionerliga sanktioner bör utdelas till företag som bryter mot direktivet. I ljuset av att förslaget med stor sannolikhet kommer vara utformat med stor variation mellan medlemsstater anser vi inte att t.ex. förslaget om avstängning från offentlig upphandling i upp emot ett år är proportionerligt.

Vid oproportionerliga sanktioner ökar risken att företag undviker att kommunicera eller informera om verifierade miljöpåståenden, vilket kan undvikas med sanktioner som tydligt speglar den negativa effekt som överträdelsen har åsamkat.

Vidare önskar vi ett klargörande gällande processen efter det att ett klagomål på ett företags miljöpåstående har lämnats in och under tiden utredning pågår. Förslaget klargör inte huruvida ett företag förväntas att stoppa produktion och försäljning av produkt under tiden som utredning pågår. Ett sådant förfarande riskerar att få stora och oavsiktliga konsekvenser i form av exempelvis förseningar på marknaden.

#### **4. En centraliserad process för ett förutsägbart och välfungerande system för förhandsgodkännande**

IKEA menar att förhandsgodkännandet på EU-nivå skulle stärka effektiviteten och förutsägbarheten i förslaget. Detta gäller särskilt för märkningssystem som ofta fungerar globalt eller över gränserna vilket gynnar flera användare inom EU.

En EU-centraliserad process skulle säkerställa att det finns klarhet i hur en begäran ska lämnas in och hur godkännandet ska följas, samt minska risken för eventuell feltolkning mellan olika kontrollanter och undvika flera begäranden i samma sak.

Om ansvaret för implementering och uppföljning främst ska ligga på medlemsstaterna ser vi ett behov att flera parametrar behöver förtydligas för att undvika olika tolkningar och tillämpning av reglerna. Detta gäller bland annat under vilka villkor myndigheter kan ifrågasätta intygen men också hur ansvarsfördelningen ser ut om en kontrollant begår ett misstag. Därtill menar vi att det behövs ett gediget arbete för att upprätta harmoniserade definitioner och standarder, så att medlemsstaterna förhåller sig till ett gemensamt regelverk.

Förslaget behöver också förtydliga skillnaderna mellan produktanspråk och företagsanspråk. Inkluderingen av företagets miljöanspråk är förståelig, men det måste vara i linje med kraven på företagets hållbarhetsrapportering enligt CSRD. Om tredjepartsverifiering fortfarande krävs för alla miljöanspråk behövs mer tid för implementering så att företagen kan få sina anspråk godkända. Prioritet bör därför ges åt verifiering av obligatoriska rapporter enligt CSRD på grund av den stora påverkan det får på företag och kontrollanter.

När direktivet träder i kraft finns det en överhängande risk att det råder brist på kontrollanter. Företag kan därför tvingas dra tillbaka eller begränsa sina hållbarhetsrapporter på grund av svårigheten att få dem verifierade samtidigt. Detta kan minska transparensen och påverka ansvarsutkrävandet negativt.

IKEA menar att det behövs en balanserad lösning som ligger inom ramen för vad som är möjligt för framtida kontrollanter att utföra.

Slutligen anser IKEA att en övergångsperiod för implementering som är längre än 6 månader kommer att behövas för både företag och behöriga myndigheter att anpassa sig till kraven enligt direktivet om gröna påståenden.

## Avslutning

IKEA ser både nödvändighet och fördelar med att införa verifiering för att kunna styrka kommunikation gällande gröna påståenden. Vi ser att det är en viktig del för att kunna nå de nödvändiga målsättningarna gällande klimat och miljö både på global, europeisk och nationell nivå.

IKEA vill passa på att understryka nödvändigheten av att dessa typer av påståenden är transparenta och tillförlitliga. Vi menar att mer harmonisering, ömsesidigt erkännande och lika villkor är vägen framåt för att verifiering av gröna påståenden ska fungera inom hela den inre marknaden.

Vi tackar för möjligheten att yttra oss gällande Kommissionens förslag och ser fram emot ett fortsatt gott samtal i dessa frågor.

Johanna Nordell  
Hållbarhetschef IKEA Sverige  
[Johanna.nordell1@ingka.ikea.com](mailto:Johanna.nordell1@ingka.ikea.com)  
+46(0)732 32 14 94

Frida Lundgren  
Public Affairs-chef IKEA Sverige  
[Frida.lundgren@ingka.ikea.com](mailto:Frida.lundgren@ingka.ikea.com)  
+46(0)701 43 55 20