



LIVSMEDELSFÖRETAGEN

Livsmedelsföretagen

Box 556 80, 102 15 Stockholm

M: info@li.se

T: 08-762 65 00

Klimat- och näringslivsdepartementet

kn.remissvar@regeringskansliet.se

Stockholm 2023-07-06

REMISSYTTRANDE;

Kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden (Ert dnr KN2023/02755)

Livsmedelsföretagen är en bransch- och arbetsgivarorganisation för livsmedelsföretag i Sverige. Livsmedelsföretagen har cirka 800 medlemmar som representerar alla varianter av svenska livsmedelsföretag; små och stora med svenska och utländska ägare, familjeägda, jordbrukskooperativ, börsnoterade med flera.

Livsmedelsföretagen tackar för möjligheten att lämna synpunkter på denna remiss.

Allmänna synpunkter på förslaget:

Förslaget syftar till att göra gröna påståenden tillförlitliga, jämförbara och verifierbara i hela EU för att skydda konsumenterna från greenwashing.

Förslaget vill dessutom bidra till att skapa en cirkulär och grön EU-ekonomi genom att göra det möjligt för konsumenter att fatta välgrundade köpbeslut och bidra till att skapa lika villkor när det gäller produkters miljöprestanda.

För att göra den gröna omställningen möjlig måste både företag och konsumenter ställa om. Företag behöver kunna beskriva sina miljöåtgärder och konsumenter vill kunna ställa krav och företag vill kunna svara på konsumenternas krav. Dessa båda aktörer och deras gemensamma arbete och ömsesidiga kommunikation för den gröna omställningen är starkt bidragande till att den går att åstadkomma. Det är det mest snabbfotade och ett av de mest effektiva sätten att snabbt ställa om till en mer hållbar produktion och konsumtion. En del av dessa kommunikationsvägar är miljömärkningar och miljöcertifieringar som bidrar till att flytta företagens miljöarbete framåt och också göra dessa processer kända genom sina märken och varumärken.



LIVSMEDELSFÖRETAGEN

Livsmedelsföretagen välkomnar som utgångspunkt gemensamma regler för marknadsföring, miljöpåståenden och miljömärkningar, och det finns ett stort värde i om de icke-styrkta, felaktiga eller rentav falska miljöpåståenden som existerar idag försvinner. Att tydligt kunna redovisa och underbygga sin miljöpåståenden är viktigt för trovärdighet och sund konkurrens. Det nu liggande förslaget har dock som utgångspunkt att kommunikation och miljömärkningar är problematiska och bör begränsas, och de inneboende värden som dessa kommunikationsvägar och processer har erkänns inte alls. Livsmedelsföretagen ser en stor risk för "greenhushing" och en betydande risk för att hållbarhetsåtaganden, kommunikation av hållbarhetsarbete uteblir eller avstannar då det blir för tekniskt svårt och administrativt eller ekonomiskt betungande att få godkännande för att göra ett miljöpåstående eller att använda en viss miljömärkning. Även den mycket viktiga utvecklingen av miljömärkningar kommer att avstanna, med följd att omställningen går långsammare.

Parallellt med förslaget föreligger även ett förslag till ändringar i direktivet om mer konsumentmakt i den gröna omställningen, 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder. I detta förslag, som nu förhandlas, föreslås bland annat ett antal nya definitioner om miljöpåståenden och hållbarhet. Det föreslås också ett antal nya punkter om otillbörliga affärsmetoder som rör miljöpåståenden och hållbarhetsmärkningar. Det är mycket oklart hur det nu remitterade förslaget påverkar tillämpningen av direktiv 2005/29/EG och vice versa, Dessa oklarheter gör det väldigt svårt att bedöma effekterna av det nu remitterade direktivet.

Det finns således redan idag befintlig och kommande EU-reglering som motverkar otillbörlig och vilseledande marknadsföring och redan idag kan miljöpåståenden och miljömärkningar innebära vilseledande och otillbörlig marknadsföring och bland annat förbjudas och avgiftsbeläggas. Det är företaget som har använt miljöpåståendet som har bevisbördan för att styrka detsamma. Problemet med greenwashing skulle kunna lösas genom att befintligt regelverk prioriteras i tillsyn samt utvecklas i vägledning och praxis. Livsmedelsföretagen anser att ytterligare regleringar inte ska införas innan befintliga och andra tillkommande regleringar utvärderats och bedömts otillräckliga. Istället bör tillsyn prioriteras för att säkerställa efterlevnaden av befintliga och kommande regelverk. Idag sker det olikartade bedömningar och olikartad tillsyn vilket skapar olika villkor, men det betyder som sagt inte att lagstiftning saknas. Framförallt bör effekterna av det kommande förändrade direktivet 2005/29/EG avvaktas innan behovet av ytterligare belastande regleringar fastställs och införs. Överlappande och icke-harmoniserad lagstiftning måste undvikas då det skapar osäkerheter för företagen, hämmar konkurrenskraften och ökar risken för icke-önskvärda juridiska kryphål. Konsumentverkets svar visar dessutom att de nationella myndigheterna kan komma att se olika på tillämpningen av regelverket vilket även fortsättningsvis skulle kunna skapa olika villkor på den inre marknaden, trots att det är ett av lagens huvudsyften att motverka just det.



LIVSMEDELSFÖRETAGEN

Livsmedelsföretagen anser att det skulle behöva finnas en tydlig hierarki mellan de olika lagstiftningarna inom området för att skapa en tydlighet för både företag och myndigheter. Sanktioner, omfattning och berörda företag måste vara helt harmoniserat mellan de olika lagstiftningarna då de berör samma områden. Det blir redan med detta förslag, som skapar flera olika lagstiftningar inom området, svårförståeligt och riskerar att skapa osäkerhet för det företag som vill berätta om sina hållbarhetsåtgärder, och med olika sanktioner och omfattning är det ännu svårare. Livsmedelsföretagen anser, med hänvisning till ovanstående, att det bör övervägas en översynsparagraf för det fall lagstiftningen ändå införs.

Detaljerade synpunkter på förslaget

Oklara krav måste förtydligas

Om ytterligare reglering ändå ska införas behöver den vara tydlig och klar så att företagen vet vad som krävs för att uppfylla lagstiftningen. Definitionen av "uttryckligt miljöpåstående" är oklar och behöver förtydligas. I förslaget ställs krav på näringsidkare att de genomför en bedömning för att styrka uttryckliga miljöpåståenden. Här finns ett antal otydligheter såsom vad "allmänt vetenskapliga belägg", "miljöpåverkan betydande ur ett livscykelperspektiv", "samtliga betydande miljöaspekter" faktiskt betyder och var gränserna går för vad kraven omfattar. Dessa krav är så otydliga att en praxis eller eventuella vägledningar riskerar att bli antingen väldigt generösa eller väldigt rigida, eftersom det är svårt att ta höjd för ett förändrat vetenskapssparadigm eller olika LCA-metoder. I Konsumentverkets remissvar framgår att även de har svårt att förstå hur lagen kommer att tillämpas i praktiken, inte minst i relation till ovan nämnda direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder.

Krav på information

I art 5 p 6 anges att information om det som det uttryckliga miljöpåståendet gäller och om styrkandet ska tillgängliggöras tillsammans med påståendet i fysisk form eller som en webblänk, QR-kod eller motsvarande. Kravet på information är mycket omfattande och ska dessutom ges utöver det faktum att miljöpåståendet enligt förslaget ska ha verifierats i förväg. Denna information kan vara företagskänslig och mycket specifik och Livsmedelsföretagen anser att det bör räcka med att näringsidkaren vid behov kan visa relevant information för tillsynsmyndigheten. För det fall det ändå ska vara ett förhandsverifikat bör det räcka med information om verifikationen och kontaktuppgifter till kontrollören.



LIVSMEDELSFÖRETAGEN

Begränsningar och förbud mot nya miljömärkningssystem

Livsmedelsföretagen stöder att de märkningar som ska finnas på marknaden måste uppnå kraven i förslaget inklusive vara tredjepartsverifierade.

Livsmedelsföretagen stöder inte de begränsningar och förbud mot nya miljömärkningssystem som finns i förslaget.

Miljömärkningars betydelse för att driva på förbättringar inom hållbarhetsområdet ska inte underskattas. Inom livsmedelsområdet har till exempel KRAV, RSPO, Fairtrade och MSC bidragit till att underlätta både för konsumenter och företag, genom att ställa upp regler och kontroller för företagen och dessutom skapa en tydlighet mot konsument genom kommunikation och märkning. Miljömärkning är ett viktigt sätt för företagen att kunna arbeta med miljöfrågor och ta steg i rätt riktning för att också kunna utvecklas och bli ännu bättre. De mest framgångsrika märkningarna har också puttat stora delar av den övriga industrin framför sig vad gäller hållbarhetsprestanda. Det faktum att konsumenter möts av många olika miljörelaterade märkningar är inte ett skäl att förbjuda märkningar per se. Förslaget, så som det står, riskerar att få negativa effekter för både företag och konsumenter eftersom reglerna för miljömärkning riskerar att hämma utvecklingen av nya miljömärkning, eller utvecklingen av de befintliga. Det är av stor vikt att innovation och utveckling tillåts på detta område, och även om en märkning redan finns på marknaden kan inriktning, pris eller komplexitet vara annorlunda hos en nystartad märkning. Även märkningar med lägre satta kriterier har ett värde då de skapar förflyttning hos de företag som kanske har svårt att uppnå kraven i större miljömärkningars mer omfattande kriterier ännu. Det är viktigt att befintliga miljömärkning inte blir alltför bekväma utan att konkurrens får råda för att bibehålla skärpan på dessa. Den stora tillväxt av märkningar som kommissionen ser som ett problem borde lösas med de omfattande krav som ställs på de framtida märkningssystemen. Livsmedelsföretagen vill här också ta tillfället att påpeka att även de idag befintliga märkningarna måste omfattas av samma krav som de nya, något annat skulle bli orimligt.

Kravet på extern verifikation av miljöpåståenden bör inte införas

Det normala vid lagstiftningsarbete är att det är den part lagen berör och rättsvårdande myndigheter eller kontrollmyndigheter som har i uppgift att se till att lagen följs. I vissa fall som rör bland annat människors liv och hälsa kan det ibland finnas ett särskilt ackrediterat organ som kvalitetssäkrar vissa typer av arbeten för att säkerställa att inget går fel.

Kravet på att miljöpåståenden måste verifieras är oskäligt och kommer innebära ökade administrativa belastningar och kostnader för företagen. Det finns dels en tydlig risk att företagen skulle välja bort att kommunicera sitt miljöarbete, och detta



LIVSMEDELSFÖRETAGEN

skulle i sin tur leda till mindre miljöinformation till konsumenter, dels riskera att minska företagets incitament att arbeta med hållbarhet, på grund av svårigheterna att kommunicera arbetet mot kund. Ökade kostnader för företagen kommer också att leda till högre priser på miljömässigt bättre produkter/tjänster vilket således kan minska försäljningen av dessa. Utöver detta skapar det svårigheter för företagen att snabbt reagera och agera på konsumenters hållbarhetskrav, något som i hög utsträckning skapar möjlighet till en förflyttning inom hållbarhetsområdet. Förslaget att det verifierande organet också ska beskriva hur ett påstående får kommunicera visar en stor oförståelse för kompetensdelning och kommunikationsarbete. Den som ackrediterar ett påstående kan inte förväntas att vara expert även på kommunikation. Livsmedelsföretagen anser mot bakgrund av detta att föreslaget krav på verifiering av miljöpåståenden inte är proportionerligt och inte bör införas. Om kraven i art 3-7 i förslaget skulle införas kommer företagen behöva uppnå dessa krav även om kravet på verifikation togs bort. Detta kan i så fall kontrolleras med redan existerande lagstiftning och lagstiftning som är på gång parallellt, som tidigare nämnts. Mer resurser till tillsyn skulle vara mer effektivt än det föreslagna kravet på extern verifiering.

En ytterligare aspekt av verifikationskravet är Konsumentverkets bedömning att även om ett företag får ett miljöpåståendes ordalydelse förhandsverifierat av ackrediterat organ kan det ändå komma att anses som vilseledande, vilket således blir en svårförståelig och besvärlig dubbelreglering och ytterligare en osäkerhet för det företag som vill berätta om sina hållbarhetsåtgärder.

Miljömärkningar ska inte behöva dubbelverifieras

Det är oklart om det blir ett eller två verifieringssteg för näringsidkare som vill använda godkänd miljömärkning. Både Konsumentverket och Naturvårdsverket har tolkat förslaget som att näringsidkaren inte kommer att kunna använda alla miljömärkningar direkt eftersom denna också kommer behöva ansöka om förhandsverifiering kopplat till artikel 3-6. Ett sådant förfarande kommer allvarligt att försvåra för märkningar att förändra och förbättra sina kriterier och även hämma kriterieutvecklingen. En tredjepartsverifierad typ 1-märkning bör alltid vara tillåten att kommunicera.

Stöd till företagen ska göras tydlig och konkret

Det är positivt att det i art 12 uttryckligen föreslås att medlemsstater ska ge riktlinjer och hjälp till SME-företag. Samtidigt finns det en risk att den ansvariga nationella myndigheten inte kommer att våga ge tydlig vägledning förrän oklarheter utretts



LIVSMEDELSFÖRETAGEN

varför det är mycket viktigt att Kommissionen utkommer med en klar och tydlig vägledning i god tid innan direktivet ska tillämpas.

Sanktioner

I art 17 p 3 i förslaget anges att medlemsstaterna ska se till att sanktioner innehåller böter som säkerställer förlust av vinst, förverkande av inkomster, utestängning från offentlig upphandling i upp till tolv månader. Dessa sanktioner skulle i vissa fall medföra konkurs för ett företag och passar inte in i svenskt sanktionssystem. Med tanke på alla ovan nämnda oklarheter skulle den typ av sanktioner som föreslås riskera att avskräcka företag ytterligare från att göra ett miljöpåstående på grund av risken att göra fel av misstag. Att företag inte skulle våga använda miljöpåståenden skulle vara negativt för den hela den gröna omställningen. Artikel 17 p 3 bör därför strykas. Det bör i stället i enlighet med artikel 17 räcka med kravet att medlemsstaterna ska fastställa sanktioner som är effektiva, proportionella och avskräckande.

Stockholm den 6 juli 2023

Sara Sundquist

Näringspolitisk expert