



MAX Burgers AB, Org nr: 556188-7562, BOX 814, 971 25 Luleå

Kaj.torok@max.se, +46 (0)920-890 00

2022-08-11

## Klimat- och näringslivsdepartementet

Till: [kn.remissvar@regeringskansliet.se](mailto:kn.remissvar@regeringskansliet.se)

Kopia: kn.ke.remiss @regeringskansliet.se

Ämne: diarienummer KN2023/02755, Klimat- och näringslivsdepartementet

### Remissyttrande - kommissionens förslag om uttryckliga miljöpåståenden

Max burgers är en svensk familjeägd restaurangkedja som det svenska folket uppger har Sveriges godaste burgare. Vi har arbetat intensivt med klimatfrågan sedan 2008 och fått pris av FN för våra insatser.

Enligt undersökningsföretaget Novus är MAX det företag i Sverige som flest svenskar spontant uppger tar klimatansvar (7% år 2022). Om något företag borde tycka att det är lätt att kommunicera rätt så borde det ju vara MAX men vår bild är istället att det är extremt svårt att kommunicera kortfattat, korrekt och effektivt för att driva på klimatomställningen. De internationella riktlinjerna kring miljöpåståenden från ICC är redan mycket komplexa och detaljerade för att minimera risken för Greenwash. Dessutom är den svenska lagstiftningen och självregleringen på området redan omfattande och har också nyligen kompletterats med initiativet CommToAct.se.

Greenwash, att vilseleda kring miljöpåståenden, är ett allvarligt problem. Greenhush, att undvika att lyfta fram potentiella miljöpåståenden, är också ett allvarligt problem. Vi ser en risk med det nya förslaget kommer att leda till Greenhush eftersom det ökar komplexiteten, kostnaderna och tidsåtgången. Termen "Greenwash" nämns 22 gånger i kommissionens förslag men termen "Greenhush" nämns inte en enda gång.

Som samhällena är uppbyggda idag kan mänskligheten inte klara av den pågående klimatkrisen och inte heller andra miljöfrågor utan att företagen ställer om sina verksamheter och lyckas öka försäljningen av mer hållbara val och samtidigt minska försäljningen av ohållbara val. Det måste helt enkelt vara lätt att göra rätt miljöpåståenden för företag så att det sedan blir lätt att göra rätt för konsumenterna och andra köpare att bidra till omställningen.

**MAX gillar inte kommissionens förslag som helhet som det är utformat idag eftersom det är hög risk att den försvårar den gröna omställningen. Till exempel gör kommissionens förslag det inte svårare att sälja diesel men svårare att sälja alternativ till diesel. Förslaget behöver göras om i grunden och då med det dubbla syftet att undvika både Greenwash och Greenhush.**

Om EU skulle kunna lyckas att på ett bra sätt formulera vad företagen får säga, och inte som nu bara formulera vad man inte får säga, så tror jag att det skulle kunna ha en stor förmåga att driva på den nödvändiga gröna omställningen och därmed i förlängningen hela unionens framtida ekonomiska framgång och exportbalans. För att lyckas med detta bör EU i möjligaste mån synkronisera sig med FN kring termer, som till exempel klimatneutral, som är centrala för Parisavtalet, Race to Zero, EU:s klimatmål, Sveriges klimatmål och tusentals företags klimatmål.

Ytterligare utmaningar med förslaget som vi instämmer med har redan belysts väl i svaren från t ex Konsumentverket, Sveriges Annonssörer och Visita.

### Med vänliga hälsningar

Kaj Török, Hållbarhetschef, Max Burgers