

Stockholm 14 augusti, 2023

Till Klimat- och näringslivsdepartementet
s.remissvar@regeringskansliet.se

Remiss av kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden (KN2023/02755)

Med anledning av remissen av kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden (KN2023/02755) vill Sprit & Vinleverantörsföreningen ("SVL") lämna nedan svar.

Om SVL

SVL är en branschorganisation som representerar svenska dryckesföretag med både egen produktion och importverksamhet av vin och spritdrycker. SVL:s medlemmar säljer sina produkter till Systembolaget samt till företag med serveringstillstånd, främst hotell och restauranger.

Inledande kommentar

Precis som inom de flesta branschen är hållbarhetsfrågorna högt upp på agendan hos SVL:s medlemmar. Enskilt och tillsammans med producenter arbetar företagen aktivt för att minska sin klimatpåverkan. Hållbarhetsarbetet bidrar inte bara till sänkta utsläpp utan genom att kommunicera sina insatser stärks bilden av företaget vilket leder till att konsumenter flyttar handen till produkter som är mer hållbara än andra.

Kommunikation är idag gränsöverskridande och SVL välkomnar därför harmoniserade EU-regler kring hållbarhetskommunikation avseende miljöpåståenden, miljömärkningar och hållbarhetscertifieringar. Däremot, ser SVL det som ytterst viktigt att de nya reglerna som föreslås i kommissionens förslag inte begränsar företagens möjlighet att kommunicera sitt hållbarhetsarbete.

Företag möter idag allt högre krav från såväl konsumenter som lagstiftningen om att proaktivt arbeta för att minska sin klimatpåverkan. Vi ser det därför som avgörande att företagen således fortsättningsvis ges möjligheten att på ett ansvarsfullt och vederhäftigt sätt även kunna kommunicera det arbete som görs i syfte att minska klimatpåverkan. Om företagen inte ges den möjligheten finns stor risk för att incitamenten att arbeta mer hållbart minskar.

I det nuvarande förslaget finns en rad förslag som riskerar att kraftigt begränsa företagens rätt att kommunicera, något vi ställer oss mycket tveksamma till. Direktivet bör i högre grad än nuvarande förslag tydliggöra spelplanen för marknads aktörer snarare än att begränsa företagens möjlighet att marknadsföra och kommunicera sina produkter ur ett hållbarhetsperspektiv.

Mot bakgrund av ovan önskar SVL komma med nedanstående detaljerade kommentarer till förslaget.

Tillstyrkanden

SVL tillstyrker remissvaret från Livsmedelsföretagen (LI).

Detaljerade kommentarer

Artikel 2. Definitioner

Kommissionens förslag till direktiv behandlar i dagsläget bland annat två fenomen; miljöpåståenden och miljömärkningar. Definitionerna av dessa är i förslaget otydliga och framför allt är skillnaden mellan miljöpåståenden och miljömärkningar i vissa fall oklara.

Ett exempel som det skulle kunna uppstå ottydigheter kring, och som är högaktuellt för SVL:s medlemmar, är Systembolagets så kallade tilläggsbudskap "*Våra mest hållbara drycker*" som tidigare hette "*Hållbart val*" och var Systembolagets egna hållbarhetsmärkning. Enligt de definitioner som återfinns i kommissionens förslag till direktiv är det otydligt huruvida ett tilläggsbudskap som "*Våra mest hållbara drycker*" är ett miljöpåstående eller en miljömärkning. De krav som produkten behöver uppfylla för att få tex. tilläggsbudskapet "*Våra mest hållbara drycker*" är samma krav som behövde uppfyllas tidigare för att få märkningen "*Hållbart val*". Varken "*Våra mest hållbara drycker*" eller den tidigare märkningen "*Hållbart val*" är tredjepartsverifierade. Den enda större skillnaden mellan dessa två är namnet och att benämning ändrats från hållbarhetsmärkning till tilläggsbudskap, men det finns ingen större innehållsmässig skillnad.

De nuvarande definitionerna i kommissionens förslag ger inte marknads aktörer någon vägledning kring vad som gäller för exempelvis det ovan nämna exemplet. SVL ser att definitionerna behöver förtydligas för att tydliggöra skillnaden mellan miljöpåstående och miljömärkning.

Artikel 8. Krav på system för miljömärkning

Enligt artikel 8 i kommissionens förslag till direktiv ska nya certifieringar begränsas och till viss del förbjudas. Certifieringar är idag ett viktigt sätt att mot konsumenter visa upp ett konsekvent miljöarbete som uppfyller vissa krav. Nya certifieringar kan också bidra till ökad innovation som i sin tur minskar företagens klimatutsläpp.

Inom vissa produktkategorier finns relativt många olika certifieringar medan det för andra produktkategorier, ex. dryckeskategorin sprit, knappt finns några. Att till stor utsträckning förbjuda nya certifieringar skulle riskera att hämma hållbarhetsarbetet för dessa produktkategorier. Därför ställer vi oss inte bakom begränsningen/förbjudet av nya certifieringar.

Artikel 10. Kontroll och intygande för att styrka och förmedla miljöpåståenden och miljömärkning

I artikel 10 anges hur styrkandet och framförandet av miljöpåståenden och miljömärkning kommer att behöva granskas och certifieras av tredje part för att uppfylla kraven i direktivet innan påståendet används inom kommersiell kommunikation. Kommissionen föreslår att ett officiellt ackrediterat organ ska utföra förhandskontroller av påståenden som lämnas in av de företag som önskar använda dem.

Denna nya ordning skiljer sig mycket från den ordning som finns idag när det gäller reklam och marknadsföring. I Sverige har Konsumentverket uppdraget att som tillsynsmyndighet inleda tillsynsärenden mot företag vid misstanke om överträdelser mot lagstiftningen. I vissa fall resulterar ärendet i en stämningsansökan mot det berörda företaget. Vid sådana fall hanteras frågan av domstol. Den nuvarande ordningen är robust och har för Sveriges del fungerat väl under lång tid.

Kommissionens förslag till förhandsgranskning av miljöpåståenden skulle innebära en rad problem. Bland annat skulle förslaget medföra en ökad administrativ börda för såväl tillsynsmyndigheterna som för det officiellt ackrediterade organet. Det skulle med största sannolikhet även innebära längre ledtider för företag som vill använda miljöpåståenden i sin marknadskommunikation. SVL anser således att kravet på förhandsgranskning av miljöpåståenden bör tas bort. I stället bör den ovan beskrivna ordning som finns idag tillämpas även på marknadskommunikation med miljöpåståenden.

Anna De Geer

VD, Sprit & Vinleverantörsföreningen – SVL

anna.degeer@svl.se