

REMISSYTTRANDE

KN2023/02755

Per e-post:

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

[kn.ke.remiss@regeringskansliet.se](mailto:kn.ke.remiss@regeringskansliet.se)

Klimat- och näringslivsdepartementet

2023-08-09

### **Yttrande över: Kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden**

Svenska Resebranschföreningen (SRF) har bjudits in att lämna synpunkter på Kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden. Vi vill därför inkomma med nedanstående remissvar.

#### **Sammanfattande synpunkter**

SRF välkomnar initiativet då det är tydligt att det i de flesta sektorer förekommer miljöpåståenden som är dåligt underbyggda och i vissa fall saknar grund. Resesektorn är inget undantag men samtidigt inte alls en bransch som vi menar utmärker sig med återkommande ogrundade miljöpåstående. Vi vill samtidigt understryka att just inom resebranschen är det särdeles komplext att verifiera påståenden om hållbarhet i allmänhet och miljöpåverkan i synnerhet.

SRF ser att även om andemeningen i förslaget är vällovligt så finns det många frågetecken om vilka typer av påståenden som kommer adresseras i en kommande lagstiftning och vilka krav på verifiering som kommer att stipuleras.

Vi ser att förslagens genomförande medför en risk för att lagstiftningen leder till att resebolag kommer att tvingas vara ytterst restriktiva i att ha miljöpåståenden i marknadsföringen om man ens vågar ha några alls. Komplexiteten, osäkerheten om vad får sägas och eventuell avsaknad av organisationer som kan verifiera kan innebära att miljöaspekterna helt försvinner från marknadskommunikationen. I förlängningen kan detta leda till att hållbarhetsarbetet nedprioriteras då man ändå inte får/kan tala om det för marknaden.

#### **Komplexiteten att verifiera miljöpåståenden i resebranschen**

Det är betydligt svårare och komplext att beräkna en resas miljöpåverkan i jämförelse med vanliga varor som till exempel säljs i butik eller beställs via nätet. När en vara skall inhandlas kan man relativt lätt beskriva hur mycket varan har påverkat miljön i form av råvaror, produktion och transport. Dessa faktorer är väl kända vid köptillfället. Vi köp av resetjänst är det inte lika enkelt att räkna ut vilken miljöpåverkan denna tjänst kommer att

få. Det är en hel del faktorer som är okända eller kommer att förändras fram tills att resan är fullbordad. Det kan röra sig om beläggningsgrad på transportmedlet, inblandning av fossilt bränsle, förutsättningar på resmålet, inkvarteringen och mycket annat. Bara att komma fram till ett erkänt och robust beräkningssätt för hur mycket utsläpp en föreslagen flygresa kommer att innebära beskrev SRF i vårt remissvar på regeringens promemoria om klimatdeklarationer som kan hittas [HÄR](#)

## **Vilka miljöpåståenden kommer att vara föremål i lagstiftningen**

För SRF står det inte klart vilka typer av miljöpåståenden som kommer att omfattas av krav på verifiering. Påståenden som ”Välj våra gröna hotell” eller ”Vi har Eco-turism” är osäkert om de överhuvudtaget kan vara föremål för en bevisföring. Vad är ett grönt hotell och vad är Eco-turism?

Marknadsföringslagen sätter relativt tydliga gränser om vad man får påstå i annonser. ”Vi är billigast” eller ”Här hittar du de bästa resorna” är inte förenligt med lagen. Därför vore det önskvärt att få någorlunda klarhet i hur tanken är vilka typer av miljöpåståenden som kommer att ligga under den föreslagna lagen.

## **Risk att hållbarhetsarbetet nedprioriteras**

SRF ser också en påtaglig risk att företags klimatambitioner kommer att prioriteras ner. Om det kommer att vara i princip omöjligt att marknadsföra sitt miljöarbete kan många anse att det är lönlöst med ambitiöst hållbarhetsarbete då man inte kan tala om detta för marknaden. Ett exempel är marknadsföring av att man använder förnybara bränslen. Om man inte kan marknadsföra det så kan man heller inte ta betalt för de extra kostnader som dessa bränslen medför. Då blir hållbarhetsarbetet inte en konkurrensfördel utan enbart en kostnad.

Resebranschen har sedan länge arbetat aktivt inom hållbarhet och då inte begränsat till miljö- och klimatarbete. Inom social hållbarhet har såväl barns rättigheter som arbetstagares arbetsvillkor varit prioriterat. SRF ser att det finns risk att allt hållbarhetsarbete kommer att nedprioriteras på grund av osäkerhet om i vilken omfattning detta kan marknadsföra.

Stockholm som ovan

Didrik von Seth  
Generalsekreterare Svenska Resebranschföreningen