

Ce înseamna ‘greenwashing’ și care sunt consecințele pentru companii: Reglementarea fenomenului și introducerea de sancțiuni sunt iminente



În cursa de a atrage consumatorii care se arata tot mai preocupați de factorii de mediu, sociali și guvernanța (ESG), companiile promoveaza tot mai intens produsele sustenabile. Însa odata cu creșterea cererii, crește și riscul ca organizațiile sa exagereze sau chiar sa foloseasca practici comerciale înșelatoare cu buna știință. Astfel, apare fenomenul de ”greenwashing” care poate lua multe forme - de la afirmații exagerate sau imprecise pâna la cele create deliberat pentru a înșela sau a induce în eroare consumatorul. Deși, inițial, a fost folosită doar în contextul declarațiilor de mediu, definiția greenwashing este acum extinsa la conceptul mai larg de sustenabilitate.

Chiar daca în prezent acest fenomen nu este reglementat ca atare la nivel european sau local, este fara urma de îndoiala ca acest lucru se va întâmpla în viitorul apropiat. Exista o serie de inițiative legislative sau administrative notabile care dau deja direcția.

Astfel, în martie anul trecut, Comisia Europeana a publicat un proiect de directiva privind modificarea Directivelor 2005/29/CE și 2011/83/UE care își propune sa contribuie la o economie circulara, curata și verde a UE, permițând consumatorilor sa ia decizii de cumparare în cunoștința de cauza și, prin urmare, sa susțină un consum mai durabil. Aceasta vizeaza, de asemenea, practicile comerciale neloiale care îi induc în eroare pe consumatori, îndepartându-i de alegerile sustenabile.

Așadar, în baza acestei directive comunicările sau afirmațiile exagerate, înșelatoare ori false cu privire la caracterul sustenabil al activității, bunurilor sau produselor unei companii vor fi considerate practicile comerciale neloiale și sancționate cu amenzi semnificative.

Directiva nu descurajeaza comunicarea de informații privitoare la activitățile sustenabile sau caracterul sustenabil al bunurilor ori serviciilor unei companii, însă impune obligația comercianților sa dețină dovezi clare care sa le susțină afirmațiile și sa fie gata sa le furnizeze la solicitarea autorităților. Exemple de practici ce pot fi clasificate ca înșelatoare sunt numeroase - de la utilizarea termenului „biodegradabil” atunci când nu este cazul (cum ar fi un produs pentru care nu au fost efectuate teste); utilizarea termenului „fara pesticide” atunci când produsul de fapt contine niște pesticide, pâna la afișarea pe site-ul web a informației ca o anumita companie este semnatar al codului de conduita referitor la performanța de mediu a produsului atunci când nu este cazul.

Primele inițiative de reglementare a acestui fenomen ale unor state

Spre exemplu, în Polonia, în decembrie 2020, Consiliul de Publicitate a lansat o inițiativa de reglementare numita „Proiectul Verde” care are ca scop crearea unei anexe la Codul de Etica al Publicității, dedicata exclusiv

combaterii fenomenului greenwashing.

Totodata, autoritatea pentru protecția consumatorilor din Polonia a inițiat primele acțiuni de control, analizând rapoartele de sustenabilitate publicate de companii și declarațiile acestora pe criterii de ESG pentru a verifica dacă cele afirmate corespund realității.

O situație similară este în Germania, unde Oficiul pentru Protecția împotriva Concurenței neloiale a demarat acțiuni de control și chiar litigii în instanța împotriva unor companii acuzate că au făcut declarații înșelătoare privind neutralitatea emisiilor de dioxid de carbon, cum ar fi „producție 100% neutră din punct de vedere climatic” sau „produs climatic neutru”, afirmații care ar da consumatorilor impresia că neutralitatea climatică a fost atinsă prin măsuri de evitare sau de reducere a emisiilor, ceea ce în fapt nu ar fi fost real.

În Franța, de la 1 ianuarie 2023 au intrat în vigoare noi reguli privitoare la publicitatea în legătură cu conceptul de Net zero. Dacă un produs este promovat ca având emisii neutre de carbon, atunci compania va trebui să elaboreze un raport privind toate emisiile de gaze cu efect de seră ale produsului sau serviciului respectiv. Raportul trebuie să fie actualizat în fiecare an și să acopere întregul ciclu de viață, de la producție până la eliminare sau reciclare. Orice comunicare care nu este temeinic documentată va fi considerată ca fiind greenwashing și sancționată cu amenzi între 100,000 Euro și 3% din cifra de afaceri a companiei.

În SUA, la începutul anului 2022, Comisia pentru Valori Mobiliare (SEC) a remarcat că fondurile de investiții ofereau din ce în ce mai mult strategii de investiții care se concentrează pe factorii ESG. Ca răspuns, aceasta autoritate a decis să inițieze măsuri concrete pentru a „determina dacă procesele și practicile firmelor se potrivesc cu afirmațiile lor în materie de sustenabilitate” în scopul de a evita declarații false sau înșelătoare. În același sens, SEC a anunțat și înființarea unui Task Force pentru a identifica abaterile legate de declarațiile în materie de ESG.

Este, așadar, evident că autoritățile de reglementare vor fi mai active în acest domeniu și vor proceda curând la reglementarea fenomenului, dar cel mai probabil și la introducerea de noi sancțiuni pentru greenwashing.

Ce trebuie să facă companiile pentru a combate greenwashing?

Companiile trebuie să se gândească la sustenabilitate ca la un proces, nu ca la o etichetă. Astfel, trebuie să înceapă să își dezvolte la nivel intern strategii și politici cu obiective măsurabile. În momentul în care o companie decide să comunice extern informații despre performanța de mediu, socială și de guvernanta trebuie să vină cu dovezi clare despre angajamentele sustenabile în care este angrenată.

Companiile care dezvoltă rapoarte de sustenabilitate trebuie să se asigure că informațiile incluse în acestea sunt cu adevărat transparente, autentice și reflectă realitatea din companie. În acest sens, este nevoie ca un raport să aibă în spate un proces solid de sustenabilitate pe care compania să îl urmeze și care să implice toate departamentele și operațiunile, să dezvolte politici interne clare de ESG, precum și mecanisme interne coerente de control al implementării și monitorizării acestor politici.