

Miljöpåståenden i reklam

Elisabeth Trotzig, reklamombudsman

**Stiftelsen
Reklamombudsmannen**

Ro.



1

Estrella

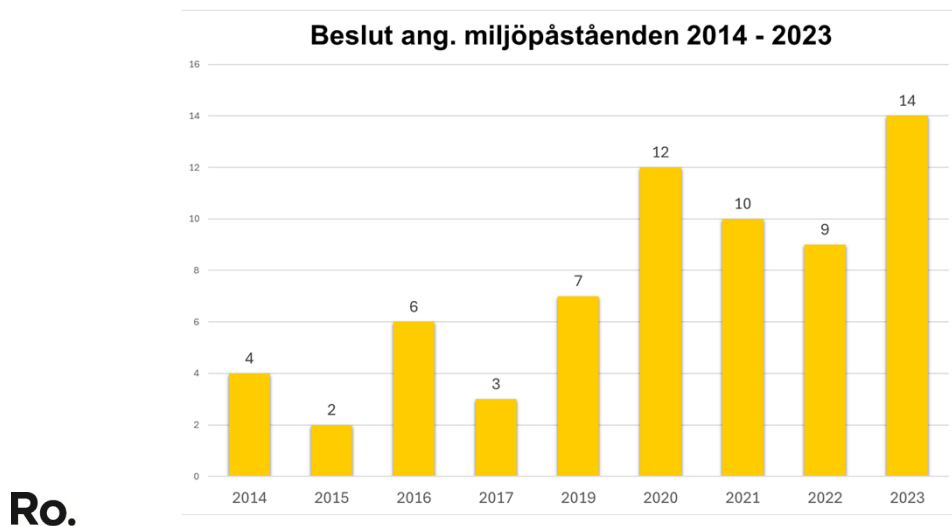
*"Estrella använder 430
kilometer mindre plast..."*

<https://reklamombudsmannen.org/beslut/enskilt-beslut/?caseid=2110-235>

Ro.

2

Antal meddelade beslut RO/RON



3

Ny reglering för miljöpåståenden

- Directive Empowering Consumers for the Green Transition – ECGT-direktivet
- Green Claims Directive – CDG-direktivet

Ro.

4

Måste RON ändra sin praxis?

Ro.
Reklamombudsmannen

5

Striktare krav – ECGT-direktivet

- Allmänna miljöpåståenden – Bevis
- Klimatneutral
- Miljö-och hållbarhetsmärkning

Ro.

6

Allmänna miljöpåståenden

- Miljövänlig, grön, klimatneutral, eko, skonsam mot miljön, energieffektiv, biobaserad, miljömässigt korrekt och liknande
- **Får inte användas utan bevis**

ICC:s regler artikel D1 fjärde stycket

- *Miljövänlig, ekologiskt säker, grön, hållbar, klimatsmart och liknande påståenden*

Ro.
Reklamombudsmannen

7

Innocent

"We're messing up the planet"

- Intrycket
- Effekten på miljön positiv eller i vart fall inte negativ

<https://reklamombudsmannen.org/beslut/enskilt-beslut/?caseid=2109-198>

Ro.

8

Sodastream/Elgiganten

"... få tusentals plastflaskor att försvinna"

"Bra för dig, bra för planeten"

"Miljövänlig"

<https://reklamombudsmannen.org/beslut/enskilt-beslut/?caseid=1912-273>

Ro.

9

Klimatneutral

Förbud mot att hävda att produkt har

- neutral, minskad eller positiv inverkan på miljön
- på grund av att system för **utsläppskompensation**

Ro.
Reklamombudsmannen

10

Max

*"Varje tugga hjälper till att
förbättra jordens klimat"*

- Vagt och ospecifik

<https://reklamombudsmannen.org/beslut/enskilt-beslut/?caseid=1811-193>

Ro.

11

Ryds Bilglas

*"100% klimatkompenserade
tjänster"*

<https://reklamombudsmannen.org/beslut/enskilt-beslut/?caseid=2305-110>

Ro.

12

Miljömärkning/Hållbarhetsmärkning

Endast om märkningen är

- **godkänd** av myndighet eller
- baserad på **officiellt certifieringssystem**

ICC:s regler artikel D5

*Miljömärken och miljösymboler får användas i marknadskommunikation endast om deras **ursprung klart framgår** och inget missförstånd rimligen kan uppkomma beträffande deras innebörd. Sådana märken och symboler får **inte** användas på ett sätt som oriktigt ger intryck av **officiellt godkännande** eller **tredjepartscertifiering**.*

Ro.
Reklamombudsmannen

13

ECGT-direktivet / ICC:s miljöregler

- Allmänna miljöpåståenden – Bevis ✓
- Klimatneutral ✓
- Miljö-och hållbarhetsmärkning ✓

Ro.

14

Green Claims Directive (CDG)

- Harmoniserade regler för styrkande av miljöpåståenden
- Kompletterar ECGT-direktivet
- Fastställer kriterier för miljöpåståenden och miljömärkningar
- Krav på förhandsgranskning av miljöpåståenden

Ro.

15

Nya ICC:s regler i september 2024



Ro.

16