

De herziene ACM Leidraad Duurzaamheidsclaims: een duidelijker kader

Bb 2023/35

1. Inleiding

In januari 2021 heeft de Autoriteit Consument & Markt (hierna: ACM) de Leidraad Duurzaamheidsclaims (hierna ook: Leidraad) uitgebracht.² Hierin staan zogeheten 'vuistregels' die bedrijven moeten helpen om bij het formuleren van hun duurzaamheidsclaims misleiding te voorkomen.³ Op 13 juni 2023 heeft de ACM een herziene versie uitgebracht.⁴ Deze nieuwste versie van de Leidraad bevat 35 pagina's aan toelichting en voorbeelden waaronder een handige samenvatting met een overzicht van de aandachtspunten. Voor iedereen die duurzaamheidsclaims heeft gemaakt of wil maken is het doornemen van het hele document echter een absolute must. In dit artikel bespreken we uitgebreid de belangrijkste aandachtspunten en wijzigingen van de nieuwe Leidraad.

2. Relatief snelle update

Aanleiding voor de snelle actualisering van de Leidraad zijn de vele ontwikkelingen op het gebied van regelgeving en handhaving van duurzaamheidsclaims.⁵ In de eerste plaats heeft de ACM feedback verwerkt van bedrijven en brancheverenigingen. Daarnaast is de ACM sinds de publicatie van de eerste versie van de Leidraad onderzoeken gestart naar misleidende duurzaamheidsclaims.⁶ Daaruit zijn meerdere vervolgonderzoeken gekomen, die o.a. geleid hebben tot toezeggingen van onder meer energieleverancier Vattenfall en kledingwinkel H&M om hun misleidende duurzaamheidsclaims te verwijderen of aan te passen. Ook moesten deze bedrijven een bedrag variërend tussen de € 400.000 en € 950.000 aan duurzame doelen doneren ter compensatie van de misleiding.⁷ Tot slot zijn in de tussentijd ook twee Europese wetsvoorstellen gepubliceerd die de regels over

duurzaamheidsclaims expliciet zullen verankeren.⁸ Hoewel de wetsvoorstellen nog niet definitief zijn, laat staan dat al bekend is wanneer deze in werking treden, waren voornoemde ontwikkelingen samen genoeg reden voor de ACM om de Leidraad Duurzaamheidsclaims nu al aan te passen.

3. Kern Leidraad Duurzaamheidsclaims: 5 vuistregels

Voordat ingegaan wordt op de verschillende aandachtspunten van de nieuwe versie van de Leidraad, vatten we nog eens kort samen wat de Leidraad in de kern nu eigenlijk inhoudt.

De duurzaamheid van een product speelt voor consumenten een steeds belangrijkere rol bij hun aankoopbeslissing.⁹ Duurzaamheidsclaims kunnen de consument dan ook naar een duurzamer aanbod leiden. Volgens de Europese Commissie bevatten deze claims echter vaak vage of misleidende informatie of ontbreekt de onderbouwing ervan.¹⁰ Het gevolg is dat veel consumenten duurzaamheidsclaims niet meer betrouwbaar vinden.¹¹ Met de vijf vuistregels in de Leidraad Duurzaamheidsclaims beoogt de ACM bedrijven te helpen om misleiding te voorkomen bij het formuleren van duurzaamheidsclaims.

Het is belangrijk om te benadrukken dat de richtlijnen uit de Leidraad meteen van toepassing zijn. Niet (goed) onderbouwde duurzaamheidsclaims zijn namelijk misleidend. Voor zulke misleidende uitingen geldt in het algemeen (en al geruime tijd) dat deze onrechtmatig zijn op grond van de Wet Oneerlijke Handelspraktijken (art. 6:193a BW e.v.), gebaseerd op de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Omdat er steeds meer uitingen over duurzaamheid zijn en er behoefte is aan toelichting wanneer deze wel of niet misleidend zijn, heeft de ACM deze toelichting vastgelegd in de Leidraad. Er geldt dus geen overgangstermijn en bedrijven worden geacht al aan deze wetgeving te voldoen. De ACM is na publicatie van de eerste Leidraad gestart met handhaven. Let er bovendien op dat deze regelgeving niet alleen voor de producenten van een product of dienst gelden, maar voor iedereen die op de Nederlandse markt zelf dergelijke duurzaamheidsclaims doet. Bijvoorbeeld dus ook voor een webwinkel die de belofte van 'klimaatneutrale bezorging' van de vervoerder zelf expliciet op haar eigen website vermeld

1 Mr. J.A. (Jellien) Roelofs is advocaat en oprichter van Lasting Legal en adviseert over duurzaamheid in het reclamerecht en IE. Mr. A. (Anne-Fleur) Filemon werkt als docent-onderzoeker bij het Kenniscentrum Duurzaam Organiseren van Hogeschool Leiden.

2 Autoriteit Consument & Markt, *Vuistregels duurzaamheidsclaims definitief, basis voor handhaving*, ACM.nl, 28 januari 2021, laatst geraadpleegd 21 juni 2023. Zie ook: S. Arayess & A. de Boer, 'Het duurzaamheidsdilemma: communiceren over duurzaamheid zonder greenwashing'. Bb 2022/33, afl. 6, p. 123.

3 Niet te verwarren met de Leidraad Duurzaamheidsclaims die de Autoriteit Financiële Markten op 12 juni ter consultatie heeft aangeboden. Autoriteit Financiële Markten, *AFM consulteert Leidraad duurzaamheidsclaims*, afm.nl, 12 juni 2023. Laatst geraadpleegd op 21 juni 2023.

4 Autoriteit Consument & Markt, *ACM: vernieuwde leidraad biedt meer duidelijkheid over misleidende vage duurzaamheidsclaims*, ACM.nl, 13 juni 2023, laatst geraadpleegd 21 juni 2023.

5 Idem.

6 Autoriteit Consument & Markt, *ACM start onderzoeken naar misleidende duurzaamheidsclaims in drie sectoren*, ACM.nl, 3 mei 2021, laatst geraadpleegd 21 juni 2023.

7 ACM Jaarverslag 2022, p. 17.

8 Zie het Voorstel Richtlijn ter versterking van de rol van de consument bij de groene transitie, 2022/0092 COD en Voorstel Groene Claims Richtlijn 2023/0085 COD.

9 Duurzaam-ondernemen.nl, 'Duurzaamheid merken speelt grotere rol bij aankoop dan marketeer denkt', Duurzaam-ondernemen.nl, 31 mei 2023. Laatst geraadpleegd 22 juni 2023.

10 European Commission, 'Screening of websites for 'greenwashing': half of green claims lack evidence', 28 januari 2021, europa.eu. Laatst geraadpleegd 22 juni 2023.

11 MarketResponse: 'Monitor Merk en Maatschappij 2022: duurzaam gedrag consumenten is conjunctuurgevoelig', 16 december 2022, marketresponse.nl. Laatst geraadpleegd 22 juni 2023.

of een buitenlandse partij die rechtstreeks op de Nederlandse markt actief is en hier duurzaamheidsclaims doet. En last but not least moet men zich ervan bewust zijn dat deze Leidraad niet alleen ziet op duurzaamheidsclaims in reclame, maar gaat over alle soorten uitingen waar deze claims in voorkomen. Dat ziet dus ook op onder meer merknamen, etiketten, websites, domeinnamen, filters, symbolen, afbeeldingen, certificaten en logo's.¹²

4. Aandachtspunten algemeen

Een aanzienlijke verbetering van de lay-out van de Leidraad zorgt ervoor dat veel duidelijker is welke aandachtspunten per vuistregel gelden. Ook zijn er vele (nieuwe) voorbeelden in de Leidraad opgenomen, waarin duidelijk wordt uitgelegd waarom een claim of de uitleg ervan wel of niet is toegestaan.

De lijst van definities is flink uitgebreid en sommige bestaande definities zijn gewijzigd. Zo houdt de term 'duurzaamheidsclaim' in de nieuwe Leidraad naast sociale (voorheen 'ethische') claims en milieucclaims ook levensduurclaims in. Een 'levensduurclaim' is een claim 'die de indruk wekt dat een product voor een bepaalde periode kan worden gebruikt, goed te repareren is of niet snel kapotgaat'. Nieuw zijn de definities voor (de grootte van het) 'duurzaamheidsvoordeel' en 'specifieke' en 'absolute/algemene' duurzaamheidsclaims.

5. Aandachtspunten vuistregels

Vuistregel 1 – Gebruik juiste, duidelijke, specifieke en volledige duurzaamheidsclaims

In de oude versie was vuistregel 1 geformuleerd als 'Maak duidelijk welk duurzaamheidsvoordeel het product heeft'. In de nieuwe versie gelden zes aandachtspunten. Alleen als de duurzaamheidsclaim juist, duidelijk, specifiek en volledig is, kan het de consument helpen bij het maken van keuzes.

De ACM vraagt aandacht voor de woordcombinatie, het beeldmateriaal en de specifieke kleuren die onderdeel zijn van de duurzaamheidsclaim. De algehele indruk mag geen andere verwachting wekken dan het duurzaamheidsvoordeel wat waargemaakt kan worden.

De claim moet feitelijk juist zijn en regelmatig opnieuw beoordeeld worden. In de tweede vuistregel behandelt de ACM het bewijs voor de claim. De ACM benadrukt meermaals dat algemene of absolute claims snel voor verwarring zorgen en dat de bewijslast van zulke claims onhaalbaar hoog is, omdat snel de indruk gewekt wordt dat er geen negatieve invloed zou zijn op mens, dier en/of milieu. Voor de toelichting hierop verwijst de ACM naar vuistregel 2.

De ACM geeft vervolgens een aantal concrete voorbeelden hoe invulling gegeven kan worden aan de eis om specifiek te formuleren, bijvoorbeeld door duidelijk te maken wat het duurzaamheidsvoordeel is, hoe groot het voordeel is, op welk deel van het product of de levenscyclus de claim

betrekking heeft en of sprake is van een voorwaardelijke claim. Het benadrukken van kleine duurzaamheidsvoorwaarden kan misleidend zijn en afgeraden wordt om niet veel ingewikkelde tekst te gebruiken. Formuleren in begrijpelijke taal waarbij rekening wordt gehouden met de doelgroep verdient de voorkeur. Vakjargon of claims die verschillend te interpreteren zijn worden afgeraden. Een ander belangrijk aandachtspunt van de ACM is dat wettelijke verplichtingen of standaardkenmerken niet als duurzaamheidsvoorwaarden gepresenteerd mogen worden.

Ook in deze nieuwe versie van de Leidraad is extra aandacht voor de termen 'CO₂-compensatie' en 'biologisch'. Aan deze (en sommige andere) termen worden extra eisen of wettelijke bescherming verbonden. Aan het doen van CO₂-compensatieclaims stelt de ACM strenge eisen. Uit onderzoek van de ACM bleek dat het concept van CO₂-compensatie en klimaatneutraliteit onduidelijk is voor consumenten.

Vuistregel 2 – Onderbouw duurzaamheidsclaims met feiten en houd ze actueel

Voor de feitelijke onderbouwing van duurzaamheidsclaims geeft de ACM drie aandachtspunten.

1. Er moet gebruik gemaakt worden van een specifieke claim waaruit direct kan worden afgeleid wat het duurzaamheidsvoordeel is van het product of het bedrijf. Als de grootte van het duurzaamheidsvoordeel onduidelijk is of niet specifiek genoeg dan is de claim absoluut. Denk aan termen als 'duurzaam of groen'. Absolute claims wekken al gauw de indruk dat er geen negatieve impact is op mens, milieu of dier en dat zal aangetoond moeten worden met een Life Cycle Assessment of True Cost Method. De ACM raadt aan om absolute claims te vermijden omdat de onderbouwing voor nagenoeg alle producten onhaalbaar is. Alleen in zeer uitzonderlijke gevallen kan een absolute claim worden gebruikt. De nieuwe leidraad is op dit punt meer uitgesproken dan de oude. Een absolute claim leek toen nog mogelijk onder verwijzing naar een zwaardere bewijslast.
2. De duurzaamheidsclaim zelf geeft onvoldoende informatie en moet daarom steeds kort en bondig worden uitgelegd en nadere informatie bevatten over het duurzaamheidsvoordeel. Zonder uitleg van de claim, mag de claim niet worden gemaakt en is de claim mogelijk misleidend. Verduidelijkt is ten opzichte van de oude Leidraad dat de uitleg van de claim en de grootte van het duurzaamheidsvoordeel zo dicht mogelijk bij de claim moeten staan. Informatie mag niet verder dan één muisklik of handeling verwijderd zijn van de duurzaamheidsclaim. Dit is bijvoorbeeld relevant voor verpakkingen van producten waar weinig ruimte is of op affiches, reclameborden of tijdschriften. De ACM stelt ook inhoudelijke eisen aan de uitleg van de duurzaamheidsclaim, namelijk dat uitgelegd moet worden waarom een specifiek onderdeel duurzamer is en de eis om gebruik te maken van concrete percentages. Deze stonden al in de oude Leidraad, maar zijn toegankelijker geformuleerd.

¹² Zie ook: J. Roelofs en A. Filemon, '(On)toelaatbaarheid van green-washende merken', *BMM Bulletin* 1/2023, p. 15 e.v.

3. De duurzaamheidsclaim moet onderbouwd worden met bewijs. Zonder feitelijk bewijs is de claim misleidend. Er zijn veel bewijsmogelijkheden mits het bewijs betrouwbaar, onafhankelijk, verifieerbaar en erkend is door de wetenschap. Claims moeten regelmatig worden geëvalueerd en voorzien worden van actueel bewijs. De ACM kan het bewijs ook opvragen en de claim verifiëren.

Vuistregel 3 – Maak eerlijke vergelijkingen met andere producten of concurrenten

Vergelijkende claims kunnen consumenten snel inzicht geven in de voordelen van het product of bedrijf ten opzichte van de concurrent. De samenvatting van de nieuwe Leidraad somt op pagina 3 vijf aandachtspunten op die in de uitwerking zijn uitgebreid tot zeven aandachtspunten. Inhoudelijk komen de aandachtspunten overeen. In de samenvatting zijn de aandachtspunten ‘waarmee’ en ‘met welk onderdeel van het product’ wordt vergeleken samengevoegd, terwijl die in de Leidraad los van elkaar zijn uitgewerkt. Hetzelfde geldt voor het aandachtspunt dat het product of bedrijf waarop de claim is gebaseerd, soortgelijk is en dat dezelfde rekenmethoden moeten worden gebruikt. Geëxpliciteerd is verder dat de vergelijking kan gaan over (productie)fases, levensduur of de afvalfase en dat de vergelijkende claim betrekking moet hebben op een significant kenmerk of duurzaamheidsvoordeel van het product of bedrijf. Deze aandachtspunten stonden veelal al in de oude Leidraad en vormen een nadere precisering.¹³

Vuistregel 4 – Beschrijf toekomstige duurzaamheidsambities concreet en meetbaar

De kenner van de oude versie van de Leidraad herkent mogelijk dat in vuistregel 4 duurzaamheidsinspanningen zijn vervangen door duurzaamheidsambities. Veel bedrijven hebben ambities op het gebied van duurzaamheid en willen daarover communiceren. Dat het om ambities gaat moet duidelijk uit de communicatie-uiting blijken. Het is niet de bedoeling om de ambities te gebruiken als claim of onderbouwing van concrete producten.

De ACM heeft veel aandacht voor het opstellen van een concreet plan voor het bereiken van de duurzaamheidsdoelstellingen. Het plan moet bestaan uit concrete acties, specifiek, meetbaar, toegankelijk en vindbaar zijn en bovendien (bijna) gestart. Aangeraden wordt de haalbaarheid te laten controleren door een onafhankelijke deskundige partij. Het voorgaande betekent dat een claim misleidend is wanneer gecommuniceerd wordt dat op enig moment nul CO₂-uitstoot gerealiseerd is terwijl er nog geen concrete stappen zijn gezet of duidelijk is dat het gestelde doel onrealistisch blijkt te zijn.

Vuistregel 5 – Zorg dat visuele claims en keurmerken behulpzaam zijn voor consumenten en niet verwarrend

Visuele claims kunnen eenvoudig duurzaamheidsvoordelen weergeven. Consumenten hebben echter te weinig kennis over keurmerken en zijn sceptisch omdat ze twijfelen aan de betrouwbaarheid ervan. Niet alle keurmerken zijn (goed) geverifieerd en dat maakt het voor de consument ingewikkeld om goede en slechte keurmerken te onderscheiden. Deze conclusies vormden ook de basis van de oude versie van de Leidraad. In de oude versie werden na deze onderzoeksresultaten adviezen gegeven over het gebruik van keurmerken. In de nieuwe versie is de ACM sturender.

Om verwarring bij de consument te voorkomen maakt de ACM in de vijfde vuistregel onderscheid tussen visuele claims, onafhankelijke keurmerken en bedrijfskeurmerken. De ACM waarschuwt dat visuele claims snel overkomen als absolute claims. Ze mogen geen verkeerde indruk wekken over de kenmerken van het product. Symbolen, kleuren en afbeeldingen kunnen worden gebruikt als ze de claim ondersteunen, maar gelet moet worden op de bovenstaande aandachtspunten voor absolute claims. De ACM adviseert alleen gebruik te maken van afbeeldingen van natuur- of andere objecten als er een direct en verifieerbaar verband bestaat tussen het afgebeelde object en het duurzaamheidsvoordeel.

Naast de categorie met visuele claims beschrijft de ACM de onafhankelijke keurmerken. Het moet duidelijk zijn waar het keurmerk voor staat en op basis van welke criteria het is uitgereikt. De ACM adviseert nadrukkelijk om alleen gebruik te maken van keurmerken die significante verbeteringen garanderen op het gebied van duurzaamheid. Bedrijven mogen alleen die keurmerken gebruiken als het product aan de eisen voldoet. De ACM beveelt, tot slot, aan om alleen een keurmerk te gebruiken dat gecontroleerd wordt door een onafhankelijk erkende instantie en om kritisch te zijn op de kwaliteit van de keurmerken.

Omdat de ACM afraadt om keurmerken te gebruiken die niet door een onafhankelijk erkende organisatie zijn gecontroleerd, raadt de ACM het gebruik van bedrijfskeurmerken af. Omdat het voor de consument lastig is vast te stellen of dit soort bedrijfskeurmerken gecontroleerd zijn, is de kans op misleiding dus groot. Dit advies van de ACM was in de eerdere Leidraad niet zo expliciet uitgedrukt en sluit aan bij de Europese wetsvoorstellen over greenwashing.

De ACM heeft tot slot een niet-limitatieve lijst van wet- en regelgeving opgenomen als bijlage bij de Leidraad omdat voor sommige logo's en symbolen bijzondere eisen gelden. Denk dan bijvoorbeeld aan regelgeving rond energielabels voor witgoed en elektronische apparaten.

6. Conclusie

Met de snelle en waardevolle herziening van de Leidraad Duurzaamheidsclaims helpt de ACM een steeds groter wordende groep bedrijven die wil communiceren over hun duurzaamheid om misleiding te voorkomen. Daarmee is ook de consument die een duurzamere keuze wil maken,

¹³ Zie ook: J. Roelofs en A. Filemon, 'Deze (reclame)boodschap is duurzamer dan ...', *Bb* 2022/76, afl. 21, p. 297.

geholpen. De snelle herziening is ingegeven door ervaring die de ACM heeft opgedaan in handhavingsprocedures, rechtspraak, ontwikkelingen op het gebied van Europese wet- en regelgeving en externe feedback. De strekking en kern van de Leidraad is gelijk gebleven, maar door verduidelijking van de tekst, aanpassing van de lay-out en het gebruik van vele uitgebreide voorbeelden is de Leidraad begrijpelijker geworden. Belangrijke punten, zoals het gebruik van de term 'CO₂-neutraal' en het advies van de ACM om absolute claims en bedrijfskeurmerken zijn door de ACM extra onder de aandacht gebracht. Het lezenswaardige document is een absolute must-read voor elke professional die te maken heeft met duurzaamheidscommunicatie.