ALGATUSE FAKTILEHT

**Algatuse pealkiri: Roheväidete direktiiv**

**Euroopa Komisjoni (EK) esitamise kuupäev: 22.03.2023**

**Algatuse ülevaade**

* + 1. **Algatuste eesmärk ja sisu:**

22. märtsil 2023 avalikustas Euroopa Komisjon roheväidete direktiivi ettepaneku, millega soovitakse suurendada tarbijate selgust ja kindlustunnet seoses keskkonnasõbralike toodete ja teenuste valimise osas. Samuti saavad sellest kasu ka ettevõtted, kes teevad oma toodete keskkonnasäästlikkuse parandamiseks jõupingutusi, kuna saavad tarbijate poolt tunnustatud. Antud ettepanek loob võrdsed võimalused toodete keskkonnategevuse tulemuslikkuse kohta teabe saamiseks nii tarbijatele kui ka ettevõtetele. Roheväidete direktiiv sätestab täpsed reeglid keskkonnaalastele väidetele lisaks üldisele eksitava reklaami keelule.

2020. aastal Euroopa Komisjoni poolt läbi viidud uuringu järgi selgus, et 53,3% keskkonnaalastest väidetest Euroopa Liidu turul on ebamäärased või eksitavad ning 40% põhjendamatud. Ühiste reeglite puudumine ettevõtetele, kes esitavad vabatahtlikke rohelisi väiteid, toob kaasa nn rohepesu ja loob Euroopa Liidu turul ebavõrdsed tingimused kestlikke tooteid/teenuseid pakkuvatele ettevõtetele, sh neile, kes rakendavad EL ökomärgist või teist I tüüpi ökomärgist oma toodetel ja teenustel.

Ettepaneku kohaselt peavad ettevõtted, kes otsustavad esitada oma toodete või teenuste kohta "rohelise väite", järgima direktiivis välja toodud miinimumnorme selle kohta, kuidas nad neid väiteid põhjendavad ja kuidas nad neid edastavad. Enne kui ettevõtted edastavad tarbijatele mis tahes direktiiviga hõlmatud roheliste väidete tüübi, peavad sellised väited olema sõltumatult kontrollitud ja teaduslike tõenditega tõestatud.

Direktiivi eesmärk on võidelda uute avaliku ja erasektori keskkonnamärgiste levikuga. See hõlmab kõiki vabatahtlikke väiteid toote, teenuse või kaupleja enda keskkonnamõjude, aspektide või toimivuse kohta. Kuid välistab väited, mis on hõlmatud kehtivate Euroopa Liidu eeskirjadega, nagu Euroopa Liidu ökomärgis või mahetoidu logo, mis on usaldusväärsed reguleeritud väited. Samal põhjusel jäetakse välja nõuded, mis on hõlmatud tulevaste Euroopa Liidu regulatiivsete eeskirjadega.

**Taust:**

Täna on ülemaailmse ökomärgiste kataloogi andmetel kasutusel pea 500 erinevat ökomärgist. Lisaks neile on veel sadu erinevaid keskkonnaga seotud märgiseid ja roheväiteid, mida toodetel kasutatakse. Alati ei väljastata erinevaid ökomärgiseid samadel alustel ja kolmanda sõltumatu osapoole poolt, vaid igal ökomärgisel on omad kriteeriumid, mis lisab segadust veelgi juurde. Iga ökomärgis annab tootele kas garantii keskkonnasõbralikkuse, tootmisprotsessi, tooraine ja/või hoopis koostise osas. Lisaks võib märgistel või roheväidetel olla ka palju muid tähendusi. Tootjad on üha enam ökomärgistele orienteeritud, sest tarbija teadlikkus keskkonna ja selle probleemide osas on kasvanud. Teadlik tarbija võib aga sattuda olukorda, kus tema valmisolekut olla keskkonnateadlik kasutatakse ära.

2020. aastal Balti Keskkonnafoorumi (BEF) poolt läbi viidud roheväidete uuringute tulemusel saab öelda, et keskkonnaväiteid on palju. Kõik valdkonnad kasutavad keskkonnaalaseid väiteid. Uuringu kokkuvõttes on välja toodud, et tarbijatel on üsna keeruline aru saada, milline väide on tõene ja milline mitte. BEF viitab, et ettevõtted kasutavad tarbijate mõjutamiseks ka mitmesuguseid võtteid, mis peaks viitama toote keskkonnasõbralikkusele, näiteks on tooted rohekates toonides või kasutatakse etikettidel erinevaid loodus-/loomapilte. Roheväiteid ei ole toodetele/teenustele väljastatud sõltumatu osapoole poolt, vaid need on toodetele/teenustele ettevõtte poolt lisatud.

Samuti võib roheväite lahti mõtestamine olla tarbija jaoks keeruline, sest ainuüksi tekst ei pruugi edasi anda terviklikku infot. Isegi kui tarbija soovib leida roheväite kohta detailsemat teavet, siis on see sageli keeruline. Tootja kasutab BEFi uuringu kohaselt kodulehel palju emotsionaalset sõnastust, mis võib olla tarbija jaoks eksitav.

Seega on direktiivi peamine mõju tarbijale kindlustunde tekitamine, et tootel/teenusel esitatud väide või märgis on usaldusväärne. Kohustust ühelegi ettevõttele ei looda, et tootel/teenusel peab olema märgis või roheväide, see on ettevõtja vabatahtlik valik.