



Branschorganisationen
för dagligvaruhandeln

Diarienummer: KN2023/02755

Inskickat: 2023-08-14

Ansvarig tjänsteman: Charlotte Hell och Filip Ekander

Från:

Svensk Dagligvaruhandel

Till:

Kemikalieenheten

Departementssekreterare Cecilia Jörgensen

kn.remissvar@regeringskansliet.se

kn.ke.remisser@regeringskansliet.se

Remiss av Kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden

Svensk Dagligvaruhandel är branschorganisationen för dagligvaruhandeln i Sverige. Våra medlemsföretag är Axfood AB, City Gross AB, Coop Sverige AB, ICA Sverige AB, Lidl Sverige KB och Livsmedelshandlarna. Tillsammans står vi för drygt 95 % av dagligvaruhandeln i Sverige, med butiker över hela landet. Dagligvaruhandeln sysselsätter runt 95 000 personer, varav en tredjedel är unga (15-24 år).

Svensk Dagligvaruhandels remissvar

Svensk Dagligvaruhandel tackar för möjligheten att inkomma med synpunkter och önskar framföra följande.

Vi ställer oss bakom Svensk Handels remissvar och önskar därutöver göra vissa tillägg för att specifikt lyfta fram dagligvaruhandelns perspektiv.

Svensk Dagligvaruhandel välkomnar EU-kommissionens ambition att göra det lättare för konsumenter att göra miljömässigt informerade val och motverka vilseledande miljöpåståenden. Så kallad *greenwashing*, att företag får konkurrensfördelar genom att felaktiga hållbarhetspåståenden, har under många år varit ett omfattande problem och vi ser därför positivt på att EU vidtar åtgärder i syfte att förebygga detta. Utmaningen är dock att ta fram ett balanserat förslag som motverkar greenwashing men som samtidigt inte hämmar företagens hållbarhetsambitioner eller riskerar att leda till alltför höga kostnader och en icke

ändamålsenlig administrativ börda. Sammantaget är vi oroadе för att förslaget's nuvarande utformning kan leda till att företag i slutändan avstår från att kommunicera miljöpåståenden (så kallad *greenhushing*), vilket är en utveckling som vi starkt motsätter oss. Svensk Dagligvaruhandel anser därtill att det nuvarande förslaget's tillämpningsområde och dess förhållande till det marknadsrättsliga regelverket inte har tydliggjorts i tillräcklig mån.

Svensk Dagligvaruhandels medlemsföretag saluför en mängd varor med olika typer av miljömärkningar. Det handlar både om livsmedelsprodukter och andra produkter (så kallad non-food). I de flesta fall har dessa produkter en tredjepartskontrollerad certifiering. Några av de vanligaste som kan nämnas är EU-ekologiskt, KRAV och Svanen-märket. Dagligvaruföretagen använder märkningarna på sina egna varumärken, i vissa fall på särskilda varumärken men även på enskilda produkter under ett varumärke. Vissa företag har också en särskild märkning för de produkter som är verifierade som EU-ekologiska enligt förordningen om EU-ekologiskt (EU) 2018/848. Förutom de tredjepartscertifierade miljömärkningarna har vissa av Svensk Dagligvaruhandels medlemsföretag varumärken med gröna logotyper, till exempel Änglamark och I love ECO.

Många företag har investerat mycket tid och pengar i varumärken med exempelvis gröna logotyper i syfte att hjälpa konsumenter att göra mer hållbara val. Svensk Dagligvaruhandel anser därför att dessa varumärken per definitionen inte ska ses som ett miljöpåstående och/eller en miljömärkning som behöver leva upp till de uppställda kraven. Direktivet bör fastställa att ett varumärke som är registrerat enligt nationell, unionsrätt eller internationell lag om immateriella rättigheter inte ska bli föremål för kontroll enligt artikel 10.

Mot bakgrund av de miljömärkningar och varumärken som dagligvaruhandeln idag använder, ser vi även ett stort behov av förtydligande kring hur de nuvarande miljömärkningarna från privata tredjepartscertifieringar samt existerande varumärken som använder ordet "eko" kommer bedömas. Det finns idag många väletablerade "eko"-varumärken som har konsumenternas förtroende och som underlättar för dem att kunna göra hållbara val. Det behöver därför klargöras hur den typen av varumärken kommer att påverkas av förslaget och i sådana fall, hur företag kan säkerställa att det fortfarande är möjligt att använda dem, exempelvis i kombination med en godkänd miljömärkning. Vi anser vidare att det också bör klargöras hur förslaget förhåller sig till förordningen om EU-ekologiskt (EU) 2018/848.

Dagligvaruhandeln arbetar kontinuerligt med att ta fram hållbara produkter. Kommunikationen av dessa är redan idag en utmaning eftersom konsumenten i dagligvaruhandeln ofta har kort om tid på sig att fatta sina affärsbeslut. I kommissionens förslag (artikel 5 p. 3) anges att informationen i vissa fall ska finnas tillgänglig tillsammans med påståendet. Här ser vi en utmaning i förhållande till kommande reglering inom förpackningsområdet som syftar till att minska

förpackningarnas storlek. I synnerhet då det redan idag med den befintliga lagstiftningen är utmanande att kunna få plats med all nödvändig information på förpackningen. Vi ser också ett behov av större harmonisering gällande digital märkning (QR-kod) som utöver detta förslag också behandlas avseende förslaget om förordning om förpackningar och förpackningsavfall (PPWR) och förslaget till förordning om ekodesign för hållbara produkter. Det måste finnas en enhetlighet i hur informationen enligt respektive regelverk ska kommuniceras.