Suomen ympäristökeskus
Finlands miljöcentral
Finnish Environment Institute

Tero Heinonen

Kiertotalousratkaisut, politiikka ja kulutus

29.9.2023

SYKE/2023/1744-1

Talousvaliokunta

Viite: Asiantuntijalausuntopyyntö 21.9.2023

Asiantuntijalausuntopyyntö, U 25/2023 vp Valtioneuvoston kirjelmä eduskunnalle ehdotuksesta Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviksi viherväitteistä U 25/2023 vp

Suomen ympäristökeskuksen kirjallinen asiantuntijalausunto

Suomen ympäristökeskus (Syke) kiittää mahdollisuudesta lausua talousvaliokunnalle. Syke kannattaa ehdotusta. On kansallinen etu, että vakavaan markkinahäiriöön eli ostajille tarjottavaan puutteelliseen ja virheelliseen informaatioon puututaan tiukasti. Sykellä on käynnissä VIHERVÄITE-hanke, jossa on koottu sidosryhmien näkemyksiä ja arvioidaan direktiiviehdotuksen vaikutuksia Suomessa. Lausunto pohjautuu suurelta osin tämän hankkeen tuloksiin, jotka julkaistaan myöhemmin kuluvana vuonna.

VAKAVA MARKKINAHÄIRIÖ

Puhtaita ratkaisuja tarjoavien yritysten ympäristöväitteet eivät erotu valheellisin perustetuin esitetyistä. **Väitteiden taustat ja perustelut eivät useinkaan ole avoimia tai saatavilla.** Terveeseen kilpailuun kuuluu keskeisesti tasavertainen ja oikeellinen informaatio ostajan ja myyjän välillä. Näin voitaisiin hankkia sitä mitä etsitään. **Nykyisin tuotteiden ja yritysten ympäristötehokkuudesta markkinoinnissa annettava informaatio on vakavan puutteellista ja jopa harhaanjohtavaa**. **Markkinamekanismi ei toimi ja ajaudutaan ostamaan heikomman ympäristötehokkuuden omaavia tuotteita. Samalla yhteiskunta menettää monia positiivisia ulkoisvaikutuksia.** (Heinonen ja Suikkanen 2023.)

Yli puolet suomalaisista ympäristöväitteistä on asiattomia (Heinonen ja Nissinen 2022). Asiattomuus johtuu monitulkintaisuudesta (esim. ympäristöystävällinen, ekologinen, vihreä, hiilineutraali) tai keskittymisestä epäoleelliseen, kokonaisuuden kannalta vähäiseen parannukseen. Analysoiduista mainoksista vain 8% perusteli esittämäänsä ympäristöväitettä. (Heinonen ja Nissinen 2022.) Puoluekannasta riippumatta **ympäristöväitteiden todenperäisyyden arviointi on vaikeaa** kansalaisille (keskimäärin 81% vastasi erittäin vaikeaa tai melko vaikeaa) (Kuluttajaliitto ja Kantar Public, 2022). Ympäristömarkkinointi on vaikeaa myös **yrityksille: ne kaipaavat ja niitä tulisi tukea**, esim. siinä millaista on säädökset täyttävä ja tehokas markkinointi. (Kautto ym. 2021, Heinonen ja Nissinen 2022 sekä Heinonen ja Suikkanen, 2023)

Suomen ympäristökeskus
Finlands miljöcentral
Finnish Environment Institute

KOMISSION EHDOTUS TAKLAA MARKKINAHÄIRIÖTÄ

Ehdotus **parantaa** ympäristön kannalta parempien yritysten ja tuotteiden **kilpailuedellytyksiä sekä asettaa** markkinoille toimintaedellytykset. Ehdotus parantaisi markkinoilla esiintyvien ympäristöväitteiden laatua, sillä

- yhden sanan väitteet (ympäristöystävällinen, ekologinen, vihreä jne.) edellyttäisivät erinomaista suoriutumista (ks. myös Euroopan parlamentti 2023. Parlamentti ja neuvosto pääsivät väliaikaiseen sopuun sopimattomien kaupallisten menettelyjen ja kuluttajansuojadirektiivin uudistamisesta 19.9.2023)
- elinkaariset vaikutukset on arvioitava
- väittämän tulee kohdistua merkittävään seikkaan tai vaikutukseen
- se asettaa vertailusääntöjä suhteessa kilpaileviin, aiempiin ja keskimääräisiin tuotteisiin
- poistaa markkinoilta merkit, joiden kriteereistä ei ole tietoa

Ehdotuksen mukaan arvioinnit, laskelmat, tulokset ja yleistajuinen tiivistelmä olisi julkaistava. Tämänkaltainen a**voimuus olisikin avainasemassa aidon markkinamekanismin luomiseksi** (Heinonen ja Suikkanen, 2023). Lisäksi viranomaisten olisi määräajoin laadittava katsauksia siitä, millaista markkinointia on esiintynyt ja millaisiin tapauksiin he ovat vuoden aikana puuttuneet. Tämäkin osaltaan tukee ja ohjaa markkinatoimijoita oikeanlaisten väittämien esittämiseen.

KILPAILULLISEN MARKKINAN HYÖTYJÄ EMME SAA ILMAISEKSI

Kun ostajat löytäisivät puhtaampia ja kestävämpiä tuotteita, positiivisina ulkoisvaikutuksina saatavat hyödyt yhteiskunnalle ovat erittäin merkittäviä, Näin vähennetään riippuvuutta epävakaiden maiden tuontipanoksista, saavutetaan terveyshyötyjä ja taloudellisia mahdollisuuksia (ml. vienti). Samalla **kuluttajien kokema hyvinvointitappio pienenisi ja likaisia tuotteita tarjoavien yritysten epäreilu kilpailuetu poistuisi**. Kilpailullinen markkina ei kuitenkaan synny itsestään vaan tulee

- **Tukea yritysten resursseja** tehdä ja varmentaa ympäristöväittämiä? (Heinonen ja Suikkanen 2023). Tällaisten arviointien teettäminen saattaa ainakin alkuun olla hintavaa, ennen kuin toiminta vakiintuu. Vahvistamista osaamiseen kaipaavat yritysten markkinointitiimit, viestintä ja tuotekehitys sekä markkinointi- ja viestintätoimistot. **Avun tarve korostuu pk- ja mikroyrityksissä. Ehdotus mahdollistaa tällaisen avun** antamisen kansallisesti.
- **Lisätä viranomaisresursseja** (Heinonen ja Suikkanen 2023, Kautto ym. 2021). Valvontaviranomaiselta ympäristöväittämien todenperäisyyden valvonta vaatii poikkitieteellistä ymmärrystä: oikeustiede kohtaa luonnontieteen ja taloustieteen. Lisäksi direktiivi asettaa uusia tehtäviä: valituksiin on vastattava valituksiin yksilöllisesti ja vuosittaisia raportteja on laadittava. Nykyisin Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) kuluttaja-asiamies (KA) on ottanut vireille vain muutaman ympäristöväitteen vuosittain. Strategiansa mukaan KKV keskittyy asioihin, joilla on suurta yhteiskunnallista merkitystä. Ympäristöväitteiden valvonta on KA:lle vain osa muuta markkinoinnin valvontaa. Joka sekin luo ja pitää yllä kilpailullista ja reilua markkinaa, muissa kuin ympäristöön ja vastuullisuuteen liittyvissä kysymyksissä. **Viranomaisresurssin vahvistamista ympäristöväittämien valvonnassa piti hyväksyttävänä 90% asiantuntija-paneelista** (Salo, 2023).

Suomen ympäristökeskus | Finlands miljöcentral | Finnish Environment Institute
Latokartanonkaari 11 | 00790 Helsinki | FINLAND
+358 295 251 000 | mailto: kirjaamo@syke.fi | Y-tunnus 0996189-5 | **syke.fi**

Suomen ympäristökeskus
Finlands miljöcentral
Finnish Environment Institute

NEUVOTTELUISSA TÄSMENNETTÄVIÄ ASIOITA

Ehdotus määrittelee melko ylimalkaisesti, millä metodilla ympäristötehokkuuden, -vaikutusten ja -seikkojen arviointi tulisi suorittaa? Sen tulee olla laajasti tunnustettu tieteellinen metodi (”widely recognised scientific method”). **Tarvitaan opastusta, esimerkkejä, viittauksia hyviin sektorikohtaisiin standardeihin ja menetelmiin**, jotka täyttävät direktiivin vaatimukset. (FSLCI 2023, Heinonen ja Suikkanen 2023.)

Ehdotus ei koskisi mikroyrityksiä eli alle 10 hengen tai alle 2 miljoonan euron liikevaihdon yrityksiä, suoraan. Kuitenkin **olemassa olevat markkinointisäädökset: totuudenmukaisuus ja selkeys, koskevat kaikkia yrityksiä**. Ennakoitavaa on, että koska **mikroyritykset ovat osa isomman yrityksen tuotantoketjua**, tiedontarve ja siten direktiivin vaatimukset saattaa koskea myös mikroyrityksiä. (Heinonen ja Suikkanen 2023.)

Riskinä on **mahdollinen epäyhtenäinen implementointi ja valvonta eri** jäsenmaissa (Heinonen ja Suikkanen 2023). Nykyisinkin viranomainen saattaa puuttua tiettyyn markkinointiin yhdessä jäsenmaassa, mutta muissa jäsenmaissa sitä katsotaan läpi sormien. Komissiolla on mahdollisuus toteuttaa koordinoituja toimia koko unionia koskevissa tilanteissa, mutta niitä on toteutettu vain erittäin suurissa koko Unionia koskeneissa tilanteissa, esim. Dieselgate, hakukoneet, tilausansat (EU:n komissio 2023). Mitä heikommat valvontaviranomaisten resurssit ovat eri jäsenmaissa, sitä suurempi epäyhtenäisen valvonnan riski on.

Ehdotus ei koskisi sektoreita, joille jo on erillislainsäädäntöä. Näissä tilanteissa sovellettaisiin tämän erillislainsäädännön vaatimuksia. Kuluttajat eivät kuitenkaan ole perillä, miten eri sektoreita säädellään. Onkin odotettavissa, että eri sektoreilla tulee esiintymään eri laatuisia, tasoisia ja eri tavoin todennettuja väittämiä. **Kuluttajalle ainoat tavat varmistua, että ympäristöväite on todennettu, ovat väittämän verifioinnista saatava totuudenmukaisuustodistus sekä verifioidut tai muuten hyväksytyt ympäristömerkinnä**t.

PÄÄTELMÄT

Parempia ratkaisuja tuottavien yritysten on voitava niitä markkinoida, kustannustehokkaasti. **Ilman reiluja markkinoita ja markkinointia keskivertokuluttajien massat eivät löydä ja osta tuotteita, joita he todellisuudessa haluavat. Ja noin kaksi kolmesta haluaisi vastuullisia tuotteita** (White ym. 2019). Huonon tuotteen valheellinen esittäminen parempana – mustan maalaaminen valkoiseksi – on estettävä.

Sääntely on tiukentumassa myös EU:n ulkopuolella (USA, UK, Australia, Kiina). Selkeät pelisäännöt kotikentällä (EU:ssa) tukevat suomalaisten, parempia ratkaisuja tarjoavien yritysten pärjäämistä maailmalla. Onkin keskeistä, että suomalaisten yritysten tietotaito taataan ja valvonta kotimarkkinoilla on riittävän tiukkaa.

Lausunnon valmisteluun ovat osallistuneet: Heinonen Tero, Berg Annukka, Kautto Petrus, Nissinen Ari.

Suomen ympäristökeskus | Finlands miljöcentral | Finnish Environment Institute
Latokartanonkaari 11 | 00790 Helsinki | FINLAND
+358 295 251 000 | mailto: kirjaamo@syke.fi | Y-tunnus 0996189-5 | **syke.fi**

LÄHTEET

EU:n komissio 2023. Coordinated actions verkkosivu. **https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/coordinated-actions_en**

Euroopan parlamentti 2023. Tiedote: EU to ban greenwashing and improve consumer information on product durability. Julkaistu 19.9.2023. Saatavilla: https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20230918IPR05412/eu-to-ban-greenwashing-and-improve-consumer-information-on-product-durability

FSLCI 2023. Position Paper in response to the European Commission's Draft Green Claims Directive. The Forum for Sustainability for Life Cycle Innovation, Berlin. Saatavilla: **https://fslci.org/statements/fslci-position-paper-in-response-to-the-green-claims-directive/**

Heinonen ja Nissinen 2022. Ympäristöväittämät Suomen markkinoilla. Saatavilla: **https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/164261**

Heinonen ja Suikkanen, 2023. EU:n Vihreiden väittämien aloitteen vaikutukset Suomessa. VIHERVÄITE-hanke, käsikirjoitus. Hankkeen tiedot: **https://www.syke.fi/fi-FI/Tutkimus__kehittaminen/Tutkimus_ja_kehittamishankkeet/Hankkeet/EUn_Vihreiden_vaittamien_aloitteen_vaikutukset_Suomessa__VIHERVAITE**

Kautto Petrus ym. 2021. The Circular Economy and Product Policy. Saatavilla: **https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/163214**

Kuluttajaliitto ja Kantar Public 2022. Aidosti vihreää vai viherpesua? – Kyselytutkimus kuluttajien suhtautumisesta ja luottamuksesta ympäristöväitteisiin ja -merkkeihin. Saatavilla: **https://www.kuluttajaliitto.fi/viherpesuviisari/**

Salo Marja ym. 2023. Ohjauskeinoja kotitalouksien kulutuksen hiilijalanjäljen pienentämiseen. Saatavilla: **https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165085/VNTEAS_2023_47.pdf**

White 2019. The Elusive Green Consumer. Harward Business Review. July-August 2019 issue. Saatavilla: **https://hbr.org/2019/07/the-elusive-green-consumer**

Suomen ympäristökeskus | Finlands miljöcentral | Finnish Environment Institute
Latokartanonkaari 11 | 00790 Helsinki | FINLAND
+358 295 251 000 | mailto: kirjaamo@syke.fi | Y-tunnus 0996189-5 | **syke.fi**