

Roheväited ja rohepesu

Marilin Eessalu
MTÜ Eesti Roheline Liikumine

31. mai 2023

BEF Keskkonnahoidlike hangete koolitus



Consumers' environmental awareness is on the increase. In 2020....

56% of consumers considered **at least once** the environmental impact of their purchase.



18%
2014

23% of consumers considered the environmental impact of **most or all** of their purchases.



67% of consumers said they bought products that are better for the environment even if they cost more.

Tarbijakäitumine - Euroopa Komisjoni uuring 2020

Roheturundus lokkab

75% toodetest meie turul väidavad otseselt või kaudselt midagi oma keskkonnamõju kohta (2014)

Rohkem kui pooled keskkonnaalastest väidetest on umbmäärased, eksitavad või alusetud

Pea pooled 230st Euroopas kasutusel olevast ökomärgisest on väga nõrkade või olematute kontrollmehhanismidega



Rohepesu

Rohepesu on teadlik tarbija eksitamine esitades alusetuid väiteid toote või teenuse keskkonnasõbralikkuse kohta.



Illustratsioon: Anti Veermaa, Äripäev 2019

7 levinumat rohepesutaktikat

(TerraChoice 2007)

1. **Salajane kompromiss** - Toote reklaamimine loodussõbralikuna ühe konkreetse tunnuse alusel, kuigi loodussõbralik on vaid üks detail ning ülejäänud aspektid tootest võivad jätkuvalt olla keskkonnale kahjulikud.
2. **Tõendamatud väited** - Selliste väidete esitamine, mida ei saa kontrollida. See võib tähendada ka näiteks keskkonnasõbralikkusele viitavaid pilte, millel pole alust.
3. **Ebamäärased mõisted** - Segaselt defineeritud mõistete kasutamine, mis jätavad ruumi hägusatele tõlgendustele.



7 levinumat rohepesutaktikat

(TerraChoice 2007)

4. Valed sildid - Kahtlaste institutsioonide poolt loodud või ise leiutatud märgistuste kasutamine, mil ei ole mingit seost reaalse keskkonnahoiuga.

5. Ebaolulised väited - Tõeste, aga toote reaalse keskkonnamõjuga mitte seotud väidete esitamine.

6. Võrdlemine veel hullemaga - Toote võrdlemine mõne muu, veelgi vähem loodussõbraliku tootega, mis paneb konkreetse toote paremana välja paistma.

7. Luiskamine - Ebaõigete faktide edastamine reklaamis





Tarbijakaitse seadus

Reklaam ei tohi esitada valeteavet

Keelatud on eksitavad kauplemisvõtted

Tarbijatel võimalus üksikjuhtumitega tegeleda

→ vastutus märgata ja mitte lasta end eksitada paraku ikka tarbijal



Euroopa Liidu direktiivid

Surve EL-i poolt, et ettevõtted tegeleks oma tegevuse keskkonnamõjuga

Roheliste väidete direktiiv - Green Claims Directive

Euroopa Komisjoni ettepanek märtsis 2023

Mõeldud otseselt rohepesuga võitlemiseks

Ühtsed kriteeriumid, vähem märgiseid

Väidetega keskkonnasõbralikkuse kohta peab kaasas käima tõendusmaterjal



CSRD - Äriühingute kestlikkusaruandluse direktiiv

Eesmärk muuta ettevõtete jaoks kohustuslikuks **aruandlus** oma äritegevuse mõju kohta inimestele ja keskkonnale, andes samal ajal investoritele ja avalikkusele juurdepääsu võrreldavale, usaldusväärsele ja kergesti kättesaadavale teabele.

Suured ettevõtted alates 2024, börsil registreeritud VKEdel võimalus kuni 2028 mitte raporteerida

Eestis kohaldub u 300-350 ettevõttele



Millist infot ja mis kujul CSRD hõlmab

Standardid väljatöötamisel (EFRAG)

Sektoripõhised ja proportsionaalsed

Konsolideeritud info, sihtgruppidele arusaadav ja kättesaadav

EU juurdepääsupunkt (ESAP)

Jätkusuutlikkuse eesmärgid ja kava
saavutada kliimaneutraalsus 2050. aastaks

Corporate
Sustainability
Reporting
Directive



Miks see vajalik on?

Ettevõtete äritegevuse mõju inimestele ja keskkonnale/kliimale saab olema avalik

Jätkusuutlikkusega seotud riskid ja võimalused ettevõttele on analüüsitud ning võimaldavad planeerida ettevõtte enda ja investorite tegevust

Selged ja võrreldavad andmed ettevõtete jätkusuutlikkuse kohta on **eeltingimus** selleks, et teha investeringute suunamisel väärtuspõhiseid otsuseid, tagada, et turuosalised täidavad oma kohustusi ning edusamme kliima, elurikkuse ja valdkonnas.

Corporate
Sustainability
Reporting
Directive



Corporate Sustainability and Due Diligence Directive (CSDDD)

Äriühingute kestliku juhtimise ja hoolsuskohustuse direktiiv

Ettevõtted, mis tegutsevad EL turul, peavad võtma vastutuse oma tegevuse sotsiaalse ja keskkonnaalase mõju eest

Hoolsuskohustus: ettevõtte on teadlik oma tegevuse mõjudest ja kehtivatest seaduslikest raamidest ning tegutseb ja langetab otsuseid vastavalt.

Keskkonnakaitse valdkonnas on ettevõtte kohustatud rakendama meetmeid oma tegevuse (või tegevusetusega) põhjustatava keskkonnahäiringu vähendamiseks niivõrd, kuivõrd seda on mõistlik eeldada.



Kellele kehtib

- EL ettevõtted, kellel on üle 500 töötaja ning ülemaailmne netokäive üle 150 miljoni euro;
- EL ettevõtted, kellel on üle 250 töötaja ning ülemaailmne netokäive üle 40 miljoni, millest vähemalt 20 miljonit teeniti kõrge riskiga sektoris
- EL-välised ettevõtted (netokäive EL-is üle 150 miljoni euro või netokäive EL-is üle 40 miljoni ja vähemalt 20 miljonit teeniti kõrge riskiga sektorites)

Kõrge riskiga sektorid: tekstiilitööstus, rõivatööstus, kaevandamine, energeetika, põllumajandus, metsandus, kalandus või metallitööstus.

Mais läheb arutelu alla, kas langetada künnist + finantssektor – kodanikuühendused toetavad ettepanekut.



Corporate Sustainability and Due Diligence Directive (CSDDD)

Üha enam ettevõtteid lubab minna üle keskkonna- ja kliimasõbralikule toimimisele, kuid järelvalve ning aruandluskohustus on puudulik.

CSDDD seab ettevõtetele kohustuse:

1. Täita hoolsuskohustust
2. Maandada riske
3. Avalikult aru anda
4. Luua mehhanismid kaebustega tegelemiseks



Corporate Sustainability and Due Diligence Directive (CSDDD)

Väga lai direktiiv, palju vaidlusi - inimõigused ja keskkonnamõju

Vaidluskohad

- Väärtusahel
- Tõendamiskohustus, juurdepääs õigusemõistmisele
- Teaduspõhise üleminekukava kohustus
- Tütarettevõtete vastutus
- Keskkonnamõju definitsioon
- Finantsasutuste hõlmamine



**JUSTICE IS
EVERYBODY'S
BUSINESS.**

Aitäh! Küsimusi?



**Eesti
Roheline
Liikumine**

Estonian Green Movement-FoE

marilin@roheline.ee