



Maastricht University

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Rechten

master in de rechten

Masterthesis

Naar een nieuw regelgevend kader ter bestrijding van "greenwashing"

Selena Formoso

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de rechten, afstudeerrichting rechten

PROMOTOR :

Prof. dr. Veerle COLAERT

De transnationale Universiteit Limburg is een uniek samenwerkingsverband van twee universiteiten in twee landen: de Universiteit Hasselt en Maastricht University.



KNOWLEDGE IN ACTION

www.uhasselt.be
Universiteit Hasselt
Campus Hasselt:
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt
Campus Diepenbeek:
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

2023
2024



Maastricht University

Faculteit Rechten

master in de rechten

Masterthesis

Naar een nieuw regelgevend kader ter bestrijding van "greenwashing"

Selena Formoso

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de rechten, afstudeerrichting rechten

PROMOTOR :

Prof. dr. Veerle COLAERT

Samenvatting

In 2024 zijn de kwesties rond klimaatverandering en de impact ervan op het milieu niet langer weg te denken uit ons dagelijks leven. Deze toenemende bewustwording heeft geleid tot een grotere interesse van consumenten in het aanschaffen van “groene” producten. Ondernemingen spelen hierop in door valse duurzaamheidsclaims te stellen met betrekking tot hun producten. Dit doen ze in de veronderstelling dat deze producten een groter succes zullen kennen wanneer deze gepresenteerd worden als een “groen” product. Dit fenomeen staat bekend als *greenwashing*. *Greenwashing* houdt in dat ondernemingen hun producten groener voorstellen dan dat deze in werkelijkheid zijn.

Op dit moment kan *greenwashing* in de Europese Unie worden aangepakt door middel van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Echter zijn er verschillende vormen van *greenwashing* denkbaar die niet onder deze richtlijn vallen. Hierdoor is er nood aan een nieuw regelgevend kader dat de consument beter beschermt tegen *greenwashing*.

Teneinde een nieuw regelgevend kader omtrent *greenwashing* tot stand te brengen, heeft de Europese Commissie verschillende nieuwe initiatieven bekendgemaakt. Deze thesis onderzoekt en evalueert deze wetgevende initiatieven tegen de achtergrond van de wetgeving die voordien al van toepassing was. Enkel de Europese *Green Deal*, de Richtlijn Groene Claims en de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken worden besproken. Deze initiatieven worden geëvalueerd in het licht van de bescherming tegen de misleiding van de consument.

Het is echter belangrijk dat deze nieuwe wetgevende initiatieven een balans vinden tussen het beschermen van consumenten tegen misleiding en het behartigen van andere belangen, zoals die van micro-ondernemingen en de economie. Wanneer micro-ondernemingen niet kunnen voldoen aan de strenge vereisten van de wetgeving, zal de economie hieronder lijden. Uiteindelijk zal dit ook negatieve gevolgen hebben voor de consument.

Dit onderzoek maakt gebruik van inzichten uit de gedragswetenschappen om een beter beeld te krijgen van het verwachte gedrag van de consument. Hierbij staat de theorie van de *Bounded Rationality* centraal.

Concluderend kunnen we stellen dat de nieuwe wetgevende initiatieven van de Europese Commissie ter bestrijding van *greenwashing* bijdragen aan meer bescherming tegen de misleiding van de consument. De nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, waarbij men de reeds bestaande mechanisme specifiek van toepassing verklaart op milieuclaims, en de Richtlijn Groene Claims dragen bij aan een beter geïnformeerde consument. Dit zorgt er op zijn beurt voor dat de consument in staat is om een weloverwogen aankoopbeslissing te maken, met kennis van alle informatie, en over de mogelijkheid beschikt om voor de duurzaamste optie te kiezen.

Inhoud

Samenvatting	1
1. Inleiding	5
1.1. Probleemstelling	5
1.2. Onderzoeksvraag.....	6
1.3. Methode	6
2. <i>Greenwashing</i>	9
2.1. Concept en definiëring	9
2.1.1. Europa	9
2.1.2. Verenigde Staten.....	10
2.2. <i>Greenwashing</i> in de financiële sector.....	12
2.2.1. Europa	12
2.2.1.1. Taxonomieverordening	12
2.2.1.1.1. Achtergrond van de Taxonomieverordening	12
2.2.1.1.2. Inhoud van de Taxonomieverordening	14
2.2.1.1.3. Kritiek op de Taxonomieverordening	16
2.2.1.2. Transparantieverordening	16
2.2.1.3. <i>European Securities and Markets Authority</i>	18
2.2.1.3.1. Doel van het rapport	18
2.2.1.3.2. Problematiek van <i>greenwashing</i> in de financiële sector.....	18
2.2.1.3.3. Aanbevelingen van de <i>ESMA</i>	20
2.2.1.3.4. Advies van de stakeholder groep.....	22
2.2.1.4. Groene obligaties	22
2.2.1.4.1. Europese groene obligatie	22
2.2.1.4.2. Voorbeeld in de Belgische markt.....	23
2.2.2. Verenigde Staten.....	24
2.2.2.1. <i>The Securities Exchange Act</i>	24
2.3. Gevolgen <i>greenwashing</i>	26
2.3.1. Studie van de Europese Commissie	26
2.3.2. Misleiding van de consument	26
2.3.2.1. Theorie van het competitief altruïsme	26
2.3.2.2. De misleiding van de consument als toetsingscriterium	27
2.3.3. Ondernemingen ontlopen hun verantwoordelijkheid	29

2.3.4.	Gebrek aan regelgevend kader	29
2.4.	Bestaand regelgevend kader omtrent <i>greenwashing</i>	30
2.4.1.	Europa	30
2.4.1.1.	Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken	30
2.4.1.1.1.	Algemene norm	31
2.4.1.1.2.	Kleine normen	31
2.4.1.1.3.	Zwarte lijst.....	32
2.4.1.1.4.	Richtsnoer	32
2.4.1.2.	Dwaling	32
2.4.1.3.	Niet-conformiteit	33
2.4.1.4.	Tussentijds besluit	34
2.4.2.	Verenigde Staten.....	36
2.4.2.1.	FTC Act	36
2.4.2.2.	<i>Green Guides</i>	39
2.4.2.3.	<i>Organic Certification Standard</i>	41
2.4.2.4.	Tussentijds besluit	42
3.	Gedragswetenschap	45
3.1.	Gedragseconomie	45
3.1.1.	Verwacht gedrag van de Europese gemiddelde consument.....	45
3.1.2.	<i>Expected Utility Theory</i>	47
3.1.3.	Kritieken op het verwacht gedrag van de Europese gemiddelde consument	47
3.1.3.1.	De consument als rationele beslisser	47
3.1.3.2.	De gemiddelde consument.....	48
3.1.3.3.	<i>Bounded Rationality</i>	49
3.1.3.3.1.	<i>Bounded rationality</i>	49
3.1.3.3.2.	<i>Bounded willpower</i>	50
3.1.3.3.3.	<i>Bounded self-interest</i>	50
3.1.3.4.	<i>Status Quo</i>	50
3.1.4.	Tussentijds besluit.....	51
4.	Voorstel voor een nieuw regelgevend kader omtrent <i>greenwashing</i>	53
4.1.	Europese <i>Green Deal</i>	53
4.1.1.	Doel van de Europese <i>Green Deal</i>	53
4.1.2.	Inhoud van de Europese <i>Green Deal</i>	53

4.1.3.	Kritiek op de Europese <i>Green Deal</i>	54
4.2.	Richtlijn Groene Claims	54
4.2.1.	Doel van de Richtlijn	54
4.2.2.	Inhoud van de Richtlijn	55
4.2.3.	Kritiek op de Richtlijn	56
4.3.	Nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken	57
4.3.1.	Doel van de Richtlijn	57
4.3.2.	Inhoud van de Richtlijn	58
4.3.3.	Kritiek op de Richtlijn	60
4.4.	Tussentijds besluit	61
5.	Besluit	63
6.	Bibliografie	67
6.1.	Wetgeving	67
6.2.	Rechtspraak	70
6.3.	Rechtsleer	70
6.4.	Andere	72
7.	Lijst met figuren	75

1. Inleiding

1.1. Probleemstelling

1. In 2024 zijn de kwesties rond de klimaatverandering en de impact ervan op het milieu niet langer weg te denken uit ons dagelijks leven. Consumenten tonen steeds meer belangstelling voor het aanschaffen van duurzame producten, waaronder producten die als duurzaam worden voorgesteld, maar dit in werkelijkheid niet zijn.¹ Hierdoor wordt de consument in feite misleidt, een praktijk die wettelijk verboden is.² Een misleidende handelspraktijk doet zich voor wanneer een duurzaamheidsclaim onjuiste informatie bevat, wat ertoe leidt dat de gemiddelde consument een besluit neemt over een transactie die hij anders niet had genomen.³

2. Uit een studie van de Europese Commissie blijkt dat meer dan de helft van de duurzaamheidsclaims die ondernemingen stellen, namelijk 53,3 procent, de consument misleidt.⁴ Een andere studie van de Europese Commissie, gericht op *greenwashing* via websites, stelde vast dat 42 procent van alle duurzaamheidsclaims niet volledig kloppen.⁵ *Greenwashing* is een praktijk waarbij ondernemingen hun producten groener voorstellen dan dat deze in werkelijkheid zijn. Voor ondernemingen is dit simpelweg een marketingstrategie die voortkomt uit de groeiende neiging van consumenten om duurzamer te consumeren.

3. Een deel van deze duurzaamheidsclaims bevindt zich in een grijze zone. Veel ondernemingen zijn creatief geworden in de formulering van hun claims. Zo kan een milieucclaim wel duidelijk geformuleerd zijn, maar niet voldoende onderbouwd. In dit laatste geval spreken we nog steeds van een misleidende duurzaamheidsclaim.

4. Echter is de dupe van dit hele fenomeen het klimaat zelf. De gemiddelde temperatuur stijgt en natuurrampen komen steeds frequenter voor. Om de opwarming van de aarde te stoppen of op zijn minst te vertragen, moet de CO²-uitstoot drastisch worden verminderd. Ondernemingen spelen een cruciale rol in dit verhaal. Zij kunnen hun handelspraktijken aanpassen om duurzame producten te produceren en te leveren, zodat consumenten deze producten op een duurzame manier kunnen consumeren. Helaas gebeurt het tegenovergestelde, waarbij ondernemingen doen alsof ze groene producten op de markt brengen. De consument wordt hierdoor misleid omdat deze in de veronderstelling is dat het product aan de gestelde groene claim voldoet.

5. Dit onderzoek richt zich voornamelijk op het regelgevend kader omtrent *greenwashing* in de Europese context. Het huidige regelgevend kader omtrent *greenwashing* is op dit moment terug te vinden in de Europese Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, waarin misleidende handelspraktijken worden verboden. Daarnaast wordt ter verduidelijking ook de Belgische wetgeving, waarin de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken wordt omgezet, besproken.

¹ Center for Sustainable Business, *Sustainable Market Share Index*, 2022, [Sustainable Market Share Index™ - NYU Stern](#).

² Art. 6 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

³ Art. 6 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

⁴ J. MCGUINN, A. MCNEILL, A. MARKOWSKA, I. MARTINEZ-BRIS, S. O'BRIEN, K. DE CUYPER, A. ESSER, T. MEEUSEN, *Environmental claims in the EU: Inventory and reliability assessment: Final report*, https://www.qualenergia.it/wp-content/uploads/2023/01/Envclaims_inventory_2020_final_publi.pdf.

⁵ Comm., *Screening of websites for 'greenwashing': half of green claims lack evidence*, 2021, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269.

6. In het kader van de Europese *Green Deal* probeert de Europese Commissie het fenomeen *greenwashing* te bestrijden door ondernemingen te verplichten hun duurzaamheidsclaims te onderwerpen aan een reeks minimumvereisten. Op deze manier willen ze duurzaamheidsclaims, die gebaseerd zijn op onjuiste informatie, uit de wereld helpen. Dit blijkt echter gemakkelijker gezegd dan gedaan. In de praktijk worden consumenten niet alleen geconfronteerd met onjuiste claims die hen kunnen misleiden, maar ook met claims die vaag geformuleerd zijn of niet (voldoende) onderbouwd. Daarnaast worden sommige producten ten onrechte voorzien van duurzaamheidskenmerken, zonder te voldoen aan de vereiste van transparantie, waardoor het vertrouwen van de consument wordt geschaad.⁶ Als reactie hierop heeft de Europese Commissie voorgesteld om de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken aan te vullen met wijzigingen die de consument in staat moet stellen om een keuze te maken gebaseerd op correcte informatie met betrekking tot de duurzaamheid van de producten. Een ander initiatief is het voorstel voor een nieuwe richtlijn betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (hierna: Richtlijn Groene Claims⁷).

7. Concreet gezien is het probleem dat ondernemingen inspelen op de groeiende consumentenbelangstelling voor productduurzaamheid door middel van het stellen van onjuiste, vage of ongefundeerde duurzaamheidsclaims. Op dit moment komt de bestaande Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken niet volledig tegemoet aan de bescherming tegen de misleiding van de consument door middel van *greenwashing*. Er is nood aan wetgeving die dit probleem aanpakt en strengere maatregelen mogelijk maakt tegen ondernemingen die zich bezighouden met *greenwashing*.

1.2. Onderzoeksvraag

8. Bijgevolg luidt de onderzoeksvraag: "Biedt het voorstel van de Europese Commissie voor een nieuw regelgevend kader ter bestrijding van *greenwashing* meer bescherming tegen de misleiding van de consument, zonder afbreuk te doen aan andere belangen?"

9. Deze onderzoeksvraag is evaluerend. Het voorstel van de Commissie voor de Richtlijn Groene Claims en voor de aanpassing van de huidige Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, worden beoordeeld in het licht van de misleiding van de consument. Dit omdat de misleiding van de consument niet alleen een oneerlijke handelspraktijk uitmaakt, maar ook omdat dit een substantieel probleem vormt dat voortkomt uit *greenwashing*. Daarnaast heeft het negatieve gevolgen voor het klimaat. Het is daarom wenselijk dat deze voorstellen dergelijke praktijken tegengaan, zonder daarbij andere belangen te schaden.

1.3. Methode

10. Dit onderzoek heeft tot doel de verschillende voorstellen van de Europese Commissie om *greenwashing* aan te pakken grondig te onderzoeken en te evalueren in het licht van de bestaande wetgeving en de gevolgen die *greenwashing* met zich mee brengt. Dit is relevant aangezien het fenomeen van *greenwashing* steeds frequenter voorkomt en een actueel probleem vormt in het kader

⁶ Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims, 22 maart 2023, COM(2023) 166 final 2023/0085(COD).

⁷ Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims, 22 maart 2023, COM(2023) 166 final 2023/0085(COD).

van de opwarming van de aarde. Het is van cruciaal belang om passende maatregelen te nemen om de negatieve gevolgen van *greenwashing* te beperken.

11. Dit onderzoek zal zich voornamelijk beperken tot het Europees niveau, met uitzondering van het bestaande regelgevend kader omtrent *greenwashing* in België. Nationale initiatieven van lidstaten omtrent *greenwashing* worden daarom niet behandeld. Daarenboven richt dit onderzoek zich op de relatie tussen ondernemingen en consumenten, waarbij de onderlinge verhoudingen tussen ondernemingen buiten beschouwing blijven. Voorlopig wordt het onderzoek ook ingeperkt tot drie initiatieven van de Europese Commissie om *greenwashing* te bestrijden, namelijk de Europese *Green Deal*, het voorstel van de Richtlijn Groene Claims en het voorstel om de bestaande Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken aan te passen. Andere initiatieven van de Europese Commissie om *greenwashing* aan te pakken worden niet uitvoerig behandeld.

12. Dit onderzoek maakt gebruik van een multidisciplinaire aanpak, waarbij juridische en gedragswetenschappelijke kennis worden geïntegreerd om het onderzoek tot een goed einde te brengen. Het juridische aspect komt vooral naar voren bij de analyse en de interpretatie van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken en de voorstellen om *greenwashing* aan te pakken. De gedragswetenschap doet zijn intrede om inzicht te verkrijgen op het gedrag van de consument en de manier waarop deze wetgevende initiatieven hierop kunnen inspelen.

13. Het eerste hoofdstuk van dit onderzoek zal volledig gewijd zijn aan het fenomeen van *greenwashing*. Dit zal ervoor zorgen dat de probleemstelling duidelijk wordt. Hierbij worden vragen behandeld zoals: Wat wordt verstaan onder *greenwashing*? Welke problemen worden veroorzaakt door *greenwashing*?

14. Vervolgens wordt het huidige juridische kader van *greenwashing* nader onderzocht, zowel op Europees niveau als op nationaal niveau in België, voor zover de Europese Richtlijnen zijn omgezet in Belgisch recht. Welke regelgeving is van toepassing op deze problematiek en hoe wordt dit ingevuld door de rechtsleer en de rechtspraak? Bovendien wordt er een externe rechtsvergelijking met de Verenigde Staten uitgevoerd, waardoor er ook gekeken zal worden naar het regelgevend kader dat opkomt tegen *greenwashing* in de Verenigde Staten. Echter wordt in dit onderzoek geen aandacht besteed aan de wetgeving die door de individuele staten van de Verenigde Staten is geïmplementeerd in het kader van *greenwashing*. Dit is veel te omvangrijk en zou ervoor zorgen dat er wordt afgeweken van het beantwoorden van de centrale onderzoeksvraag.

15. Hierna wordt er ingegaan op het toetsingscriterium waaraan de nieuwe voorstellen met betrekking tot *greenwashing* geëvalueerd zullen worden, namelijk de misleiding van de consument. Dit toetsingscriterium wordt ingevuld aan de hand van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Volgens deze richtlijn zijn misleidende handelspraktijken, praktijken waarbij de consument wordt bedrogen en hem wordt belet een geïnformeerde en dus efficiënte keuze te maken⁸. Een consument wordt misleid wanneer de handelspraktijk gepaard gaat met onjuiste informatie die ervoor zorgt dat de gemiddelde consument een besluit neemt over een transactie die hij met de juiste informatie niet

⁸ Overw. 14 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

had genomen.⁹ Het is dus van belang dat de consument een besluit met betrekking tot een transactie kan maken op basis van correcte informatie.

16. Het verwachte gedrag van de consument wordt onderzocht aan de hand van de gedragseconomie, met name de theorie van de *Bounded Rationality*. Hierbij wordt geanalyseerd hoe de voorstellen van de Europese Commissie inspelen op dit verwachte gedrag van de consument en welke eventuele kritiekpunten relevant zijn. Er wordt kritisch gereflecteerd over de prominente rol die aan consumenten wordt toegekend binnen de bredere context van de Europese *Green Deal*.

17. Het is mogelijk dat een andere theorie uit de gedragswetenschappen tot een verschillend onderzoeksresultaat leidt. Er zullen andere visies aangehaald worden om kritiek op deze onderzoeksresultaten weer te geven, maar het uitgangspunt van dit onderzoek blijft de theorie van de *Bounded Rationality*. Daarenboven ben ik een jurist in opleiding en ligt het toepassen van gedragswetenschappen buiten mijn comfortzone.

18. Tot slot worden de voorstellen van de Europese Commissie, om *greenwashing* aan te pakken, uitvoerig besproken.

19. Het onderzoek wordt afgesloten met een allesomvattend besluit waarin kritisch gereflecteerd wordt over het nieuw regelgevend kader dat werd voorgesteld door de Europese Commissie ter bestrijding van *greenwashing* en de mate waarin hierbij rekening wordt gehouden met andere belangen.

⁹ Art. 6 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

2. Greenwashing

20. In dit hoofdstuk wordt het fenomeen “*greenwashing*” tot in detail besproken. Het afbakenen van dit begrip is essentieel voor het beantwoorden van de centrale onderzoeksvraag. Allereerst wordt er een definitie op het begrip “*greenwashing*” geplakt en alle aspecten hieraan verbonden worden uitgelegd. Vervolgens wordt de focus van het onderzoek gericht op *greenwashing* binnen de financiële sector. Door de groeiende interesse in groene financiële producten is het van belang om de relevante regelgeving in de financiële sector in kader te brengen. In het bijzonder wordt voor Europa de Transparantieverordening, het rapport van de *European Securities and Markets Authority* (hierna: ESMA) over *greenwashing* en de groene obligaties uitvoerig besproken. Een externe rechtsvergelijking kan bijdragen aan een goede evaluatie van het nieuw regelgevend kader tegen *greenwashing*. Voor de externe rechtsvergelijking met de Verenigde Staten zullen de *Securities Exchange Act* en de *Securities Exchange Commission* uitvoerig besproken worden. De gevolgen die *greenwashing* met zich meebrengt, worden uiteengezet. Tot slot eindigt dit hoofdstuk met een bespreking van het bestaand regelgevend kader rondom *greenwashing* op Europees niveau, in België en in de Verenigde Staten.

2.1. Concept en definiëring

2.1.1. Europa

21. Om aan de problemen van de opwarming van de aarde tegemoet te komen, moet er duurzamer geleefd worden. *Greenwashing* houdt in dat er duurzaamheidsclaims worden gesteld door ondernemingen die niet juist zijn. De werkelijkheid wordt als het ware groener voorgesteld.¹⁰ Een mooie definitie van *greenwashing* is “gedragingen of activiteiten dat mensen doen geloven dat een bedrijf meer doet om het milieu te beschermen dan het werkelijkheid is”.¹¹ De Europese Commissie heeft in 2020 het concept *greenwashing* gedefinieerd als “informatie die onjuist is of op verwarrende of misleidende wijze wordt gepresenteerd om de onjuiste indruk te wekken dat een product of onderneming milieuvriendelijker is dan in werkelijkheid het geval is”.¹²

22. Een onderneming kan op meerdere niveaus aan *greenwashing* doen.¹³ Enerzijds kunnen zij hun eigen handelspraktijken groener voorstellen dan dat ze werkelijk zijn. Een voorbeeld hiervan is te vinden in de reclame op de rondrijdende vrachtwagens van Shell, waarop het opschrift staat: “Ik ben CO₂-neutraal op weg, u ook?”.^{14,15} Als deze duurzaamheidsclaim zou kloppen, zou dit impliceren dat de CO₂-uitstoot van Shell op evenredige wijze gecompenseerd wordt door hun CO₂opname. Echter, deze



¹⁰ J.E.S. HAMSTER, “Vijftig tinten groen – de vele civiele kleuren van greenwashing”, *NTBR* 2022, 9.

¹¹ X, “Meaning of greenwashing in English”, *Cambridge Dictionary*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/greenwashing>.

¹² Med.(Comm.) aan het Europees Parlement en de raad betreffende de nieuwe consumentenagenda: de weerbaarheid van de consument versterken met het oog op duurzaam herstel, 13 november 2020, COM(2020) 696 final.

¹³ M. A. DELMAS, V. C. BURBANO, “The Drivers of Greenwashing”, *CMR* 2011, 38.

¹⁴ Figuur 1.

¹⁵ Greenpeace Nederland, “Reclame code Commissie: Shell-reclames met claim ‘CO₂-neutraal’ zijn misleidend”, 2021, <https://www.greenpeace.org/nl/klimaatverandering/47500/shell-reclames-met-claim-co2-neutraal-zijn-misleidend/>.

duurzaamheidsclaim wordt op geen enkele manier onderbouwd en is niet realistisch. Anderzijds kunnen ondernemingen aan *greenwashing* doen op het niveau van hun producten. Een voorbeeld is een poetsproduct van Windex, dat beweerde dat het flesje van hun product als allereerste in de industrie van poetsproducten volledig is gemaakt van uit de oceaan gerecycleerd plastic.¹⁶¹⁷ Deze claim impliceert dat de onderneming plastic uit de oceaan heeft gehaald en deze vervolgens heeft gerecycleerd tot een nieuwe fles voor hun poetsproduct¹⁸. Echter, bleek deze duurzaamheidsclaim niet te kloppen, aangezien de plastic nooit in de oceaan heeft gelegen.



23. Een andere manier van *greenwashing* kan zich voordoen op het niveau van de milieuvordelen van het product zelf. Er wordt vaak een duurzaamheidslabel¹⁹²⁰ toegekend aan een product zonder onderbouwing, waarbij de onderneming of de fabrikant zelf instaat voor de toekenning ervan aan hun eigen producten. In Europa alleen al circuleren meer dan tweehonderd milieukeurmerken die niet allemaal door een onafhankelijk instantie worden toegekend of gecontroleerd.²¹ Bovendien kunnen uitspraken zoals "klimaatvriendelijk" of "CO²-neutraal" als *greenwashing* worden beschouwd omdat ze te algemeen zijn en bijgevolg geen concrete betekenis hebben. Een duurzaamheidsclaim hoeft bijgevolg niet noodzakelijk een statement te zijn, maar kan ook bestaan uit een symbool of een etiket op de verpakking.

24. Om te bepalen of een product als "groen" kan worden beschouwd, wordt er gekeken naar het effect van de productie, uitvoering, gebruik en onderhoud ervan op het milieu. Er wordt hierbij rekening gehouden met de duur van de hele levenscyclus van een product en de bijhorende kosten dat een product met zich meebrengt. In het kader van een circulaire economie wordt gepleit voor de reparatie van een defect product in plaats van vervanging. Dit vereist dat de kosten van reparatie lager zijn dan de aankoop prijs van een nieuw vergelijkbaar product. Vaak is dit echter niet het geval, wat het product niet duurzaam maakt.²²

2.1.2. Verenigde Staten

25. Zowel in Europa, als in de Verenigde Staten worden consumenten steeds meer bewust van de milieu-impact van hun aankopen. Deze wereldwijde toename in milieubewust handelen heeft ook

¹⁶ Figuur 2.

¹⁷ J. EVISON, "SC Johnson launches industry-first 100% ocean plastic bottle", *edie*, <https://www.edie.net/sc-johnson-launches-industry-first-100-ocean-plastic-bottle/>.

¹⁸ R. HICKS, "8 brands called out for greenwashing in 2020", *eco-business*, 2020, <https://www.eco-business.com/news/8-brands-called-out-for-greenwashing-in-2020/>.

¹⁹ Figuur 3.

²⁰ X, "Green Globe", GCB, <https://www.gcb.de/en/sustainability/gcb/green-globe/>.

²¹ X, *Groen afwassen of greenwashing?*, 2021, <https://www.test-aankoop.be/woning-energie/afwasmiddelen/nieuws/groen-afwassen>.

²² F. BOELAERT, "Leidraad overheidsopdrachten", *mow*, <https://mow.vlaanderen.be/leidraad-overheidsopdrachten/14-duurzaamheid>.

in de Verenigde Staten geleid tot de aandacht op de impact van de werking van een onderneming op het milieu. Consumenten en investeerders tonen steeds meer interesse in ondernemingen die zichzelf als milieuvriendelijk presenteren.²³ Talloze ondernemingen in de Verenigde Staten hebben gebruik gemaakt van deze groeiende interesse in milieuvriendelijke producten.²⁴ De gestelde milieucclaims zijn vaak onwaar, maar ook overdreven, niet onderbouwd of vaag. Een gebrek aan regelgeving hieromtrent leidde ertoe dat ondernemingen, die zich groener voordoen dan dat ze werkelijk zijn, voor een lange tijd ermee weggekomen zijn.²⁵ Ook in de Verenigde Staten komt *greenwashing* er in feite op neer dat ondernemingen zich naar de buiten wereld toe groener voorstellen dan dat ze in werkelijkheid zijn.²⁶

26. In de literatuur wordt er veel gebruik gemaakt van de zogenaamde zeven zonden van *greenwashing*. Allereerst is er de zonde van de verborgen afweging. Dit houdt in dat de nadruk sterk wordt gelegd op een milieuvriendelijk aspect van het product, zonder dat er rekening wordt gehouden met de andere aspecten van het product die wel een serieuze impact op het milieu kunnen hebben. Ten tweede is er de zonde van het ontbreken van bewijs. De groene claim wordt gesteld zonder dat er bewijs voorhanden ligt om de claim te staven. Vervolgens is er de zonde van vaagheid. Deze claim wordt heel slecht of juist heel breed gedefinieerd zodat de claim hoogstwaarschijnlijk verkeerd geïnterpreteerd wordt. De zonde van de valse etiketten houdt in dat de onderneming zelf milieulabels plaatst op het product zonder erkenning of controle door een derde, onafhankelijke instantie bevoegd voor het toekennen van deze labels. Dan is er de zonde van irrelevantie. De milieucclaims zijn waar, maar niet relevant voor consumenten op het gebied van duurzaamheid. Verder is er de zonde van het minste van twee kwaden. Deze milieucclaim is meestal correct maar zorgt ervoor dat de consument afgeleid wordt van de grotere negatieve effecten die het product als geheel op het milieu heeft. Tot slot is er de zonde van de leugen, dit zijn simpelweg valse milieucclaims.²⁷

27. In gelijkenis met Europa is er sprake van *greenwashing* wanneer er een misleidende of onware claim is die valse of onvolledige informatie bevat met betrekking tot de milieuvriendelijkheid van de producten of de diensten van een onderneming. In tegenstelling tot Europa is er geen definitie geïmplementeerd in de federale wetgeving van de Verenigde Staten. Het ontbreken van een duidelijk afgebakende definitie van *greenwashing* maakt het moeilijk om een handelspraktijk als *greenwashing* te bestempelen. De vormen die *greenwashing* kan aannemen zijn echter wereldwijd consistent. *Greenwashing* kan de vorm aannemen van een onjuiste milieucclaim. Maar ook een claim waarin de nadruk wordt gelegd op het enige aspect dat goed is voor het milieu, terwijl het product over het algemeen schadelijk is voor het milieu, maakt een vorm van *greenwashing* uit.²⁸

²³ J. VOS, "Actions Speak Louder than Words: Greenwashing in Corporate America", *Notre Dame J.L. Ethics & Pub. Pol'y* 2009, 673-698.

²⁴ S. CHOI, "ESG METRICS: SAFEGUARD AGAINST GREENWASHING OR SAFE HARBOR FOR GREENWASHING?", *Geo. Wash. J. Energy & Env't L.* 2023, 27-41.

²⁵ N. FEINSTEIN, "Learning from Past Mistakes: Future Regulation to Prevent Greenwashing", *B.C. Env'tl. Aff. L. Rev.* 2013, 229-258.

²⁶ K.M. GRIESE, K. WERNER, H. HOGG, "Avoiding Greenwashing in Event Marketing: An Exploration of Concepts, Literature and Methods", *J. Mgmt. & Sustainability* 2017, 1-15.

²⁷ Translated by Content Engine, "The seven 'sins' of greenwashing - and why avoid them", *CE Noticias Financieras*, 2022, <https://www.proquest.com/docview/2722818918?accountid=27889&sourcetype=Wire%20Feeds>.

²⁸ S. CHOI, "ESG METRICS: SAFEGUARD AGAINST GREENWASHING OR SAFE HARBOR FOR GREENWASHING?", *Geo. Wash. J. Energy & Env't L.* 2023, 27-41.

2.2. Greenwashing in de financiële sector

28. Om de transitie naar een groene economie te verwezenlijken, zijn er aanzienlijke financiële investeringen vereist. Door de groeiende vraag naar groene financiële producten, gepaard met een beperkt aanbod van financiële instrumenten die als duurzaam beschouwd kunnen worden, vergroot het risico op *greenwashing* in de financiële sector. Dit komt doordat ondernemingen in een onderlinge concurrentiestrijd verwikkeld raken om hun inkomsten zoveel als mogelijk te verhogen door middel van het versterken van hun imago op het gebied van duurzaamheid. Dit kan leiden tot misleidende claims. Van de Europese wetgever wordt verwacht dat zij de integriteit van de markt waarborgt. Bijkomend wordt van de Europese wetgever verwacht dat zij een vertrouwde omgeving creëert voor financiële marktdeelnemers om te investeren in groene financiële producten.

2.2.1. Europa

29. Bijkomend is er sprake van *greenwashing* in de sector van de financiële producten die aan consumenten ter beschikking worden gesteld. Bij financiële producten, zoals obligaties of aandelen, verbindt men zich vaak tegenover de consument toe om te investeren in groene en duurzame financiële instrumenten. Maar ook deze financiële instrumenten worden soms groener voorgesteld dan dat ze in werkelijkheid zijn. Hierdoor bekomen ondernemingen die aan *greenwashing* doen niet alleen een oneerlijk concurrentievoordeel, maar kan de consument ook financiële schade en schade aan diens reputatie lijden. Ter illustratie een fictief voorbeeld: een particulier investeert in de *Green Bonds* van Fluvius. Met het geld van deze *Green Bonds* verbindt Fluvius zich tot het investeren in hernieuwbare elektriciteit ten koste van fossiele brandstoffen. Het geld van de particulier zou naar hernieuwbare elektriciteit moeten gaan. Wanneer later zou blijken dat Fluvius het geld voor andere doeleinden heeft gebruikt, of wanneer er geen sprake is van het produceren van meer hernieuwbare elektriciteit, is er sprake van *greenwashing*. Het geld waarmee de particulier heeft geïnvesteerd is verloren gegaan, want het geld heeft niet bijgedragen aan het gestelde doel waarvoor de investering bedoeld was. Op deze manier kan men financiële schade lijden door *greenwashing*. Ook wanneer iemand ter goede trouw reclame maakt voor een duurzaam bedrijf of product, en later blijkt dat er sprake was van *greenwashing* met betrekking tot dat bedrijf of product, lijdt men reputatieschade. Er kan gesteld worden dat de financiële sector een belangrijke rol speelt in de strijd tegen klimaatverandering en ervoor kan zorgen dat het geld doorstroomt naar projecten die klimaatbestendig zijn.²⁹

2.2.1.1. Taxonomieverordening

2.2.1.1.1. Achtergrond van de Taxonomieverordening

30. De Europese Unie ziet het investeren in duurzaamheid en de transitie naar een circulaire economie als een manier om op lange termijn het concurrentievermogen van de interne markt te waarborgen.³⁰ De Taxonomieverordening³¹ is opgesteld naar aanleiding van het doel van de Europese Unie om tegen 2050 het eerste klimaatneutrale continent te zijn. Bij het ontwikkelen van een duurzaam financieringsbeleid werd duidelijk dat er nood was aan duidelijkheid omtrent welke

²⁹ C. VAN OLDENEEL, *Finance durable (ESG) et assurance*, Bull. Ass. /bulletin des assurances, Mechelen, Wolters Kluwer, 2023, 300.

³⁰ Overw. 4 Taxonomieverordening.

³¹ Verord.Raad nr. 2020/852, 18 juni 2020 betreffende de totstandbrenging van een kader ter bevordering van duurzame beleggingen en tot wijziging van Verordening (EU) 2019/2088, PB.L 22 juni 2020.

activiteiten als “groen” of als “duurzaam” kunnen worden beschouwd. Specifiek was er nood aan criteria om vast te stellen wat er precies als een ecologisch duurzame economische activiteit wordt beschouwd. Dit was namelijk noodzakelijk om de kapitaalstromen te sturen in de richting van duurzame investeringen.³²

31. In de overwegingen van de Taxonomieverordening wordt de volgende link met *greenwashing* gelegd: *“Het beschikbaar stellen van financiële producten waarmee ecologisch duurzame doelstellingen worden nagestreefd, is een doeltreffende manier om particuliere beleggingen naar duurzame activiteiten toe te leiden. Voorschriften voor het in de markt zetten van financiële producten of bedrijfsobligaties als ecologisch duurzame beleggingen, waaronder door de lidstaten en de Unie vastgestelde voorschriften op grond waarvan financiëlemarktdeelnemers en uitgevende instellingen nationale labels mogen gebruiken, strekken ertoe het beleggersvertrouwen en het bewustzijn over de milieueffecten van die financiële producten of bedrijfsobligaties te vergroten, zichtbaarheid te creëren en bezorgdheden in verband met “greenwashing” aan te pakken. Met “greenwashing” wordt in het kader van deze verordening de praktijk bedoeld waarbij een oneerlijk concurrentievoordeel wordt verkregen door een financieel product als milieuvriendelijk in de markt te zetten, terwijl het in feite niet aan elementaire milieunormen voldoet. Momenteel hebben slechts een paar lidstaten regelingen voor het toekennen van labels. Die bestaande regelingen berusten op uiteenlopende classificatiesystemen voor ecologisch duurzame economische activiteiten. Gezien de politieke toezeggingen in het kader van de Overeenkomst van Parijs en op Unieniveau, valt te verwachten dat meer en meer lidstaten regelingen voor het toekennen van labels zullen invoeren of financiëlemarktdeelnemers of uitgevende instellingen andere voorschriften zullen opleggen ten aanzien van het promoten van financiële producten of bedrijfsobligaties als ecologisch duurzaam. In dergelijke gevallen zouden de lidstaten dan hun eigen nationale classificatiesystemen gebruiken om te bepalen welke beleggingen als duurzaam worden aangemerkt. Indien die nationale regelingen voor het toekennen van labels of die nationale voorschriften verschillende criteria zouden hanteren om te bepalen welke economische activiteiten als ecologisch duurzaam worden aangemerkt, zouden beleggers worden ontmoedigd om over de grenzen heen te beleggen doordat beleggingsmogelijkheden in dat geval moeilijk met elkaar vergeleken kunnen worden. Bovendien zouden economische spelers die Uniewijd beleggingen willen aantrekken, in de verschillende lidstaten aan verschillende criteria moeten voldoen om hun activiteiten als ecologisch duurzaam aangemerkt te krijgen. Het ontbreken van uniforme criteria zou de kosten derhalve opdrijven en economische spelers sterk ontmoedigen om grensoverschrijdende kapitaalmarkten te betreden met het oog op duurzame beleggingen.”*³³ Er dienen uniforme criteria voor het bepalen van een duurzame economische activiteit vastgesteld te worden. Dit waarborgt de werking van de interne markt. Deze uniforme criteria zorgen voor duidelijkheid en minder ruimte voor ondernemingen om een economische activiteit ten onrechte als ecologisch duurzaam te bestempelen. De uniforme regels zorgen voor een gelijk speelveld in de Lidstaten en voor minder obstakels wanneer beleggers ecologisch duurzaam willen beleggen in het buitenland.

³² Overw. 5 Taxonomieverordening.

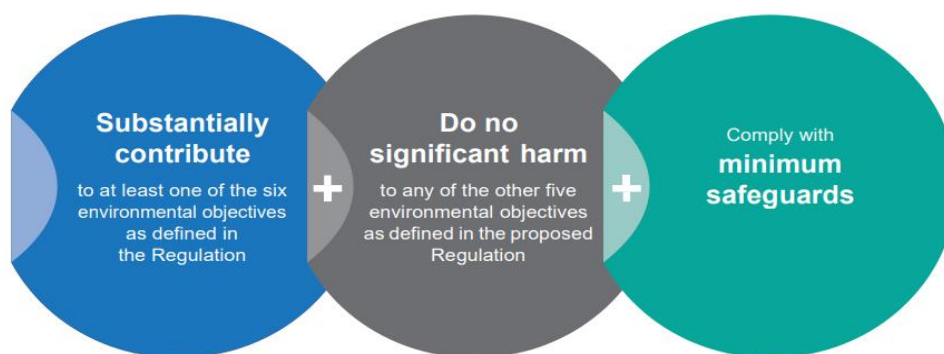
³³ Overw. 11 Taxonomieverordening.

2.2.1.1.2. Inhoud van de Taxonomieverordening

32. De Taxonomieverordening heeft criteria vastgesteld om de draagwijdte van een duurzame economische activiteit te bepalen. Dit zou beleggers moeten helpen om te investeren in duurzame economische activiteiten. Teneinde duurzaam te zijn, dient de economische activiteit aan drie voorwaarden te voldoen:

- De economische activiteit dient voornamelijk bij te dragen aan één van de in de verordening opgesomde milieudoelstellingen;
- De economische activiteit mag absoluut niet ernstig afbreuk doen aan één van de andere opgesomde milieudoelstellingen;
- De economische activiteit dient te verlopen volgens bepaalde procedures en te voldoen aan technische screeningscriteria die per milieudoelstelling werden ontwikkeld.³⁴

35 36



33. De genoemde milieudoelstellingen, waaraan de economische activiteit substantieel dient bij te dragen, zijn:

- De mitigatie van klimaatverandering;
- De adaptatie aan klimaatverandering;
- Het duurzaam gebruik en de bescherming van water en mariene hulpbronnen;
- De transitie naar een circulaire economie;
- De preventie en bestrijding van verontreiniging;
- De bescherming en het herstel van de biodiversiteit en ecosystemen.³⁷

34. De tweede voorwaarde van de Taxonomieverordening stelt dat de economische activiteit geen ernstige afbreuk mag doen aan de overige milieudoelstellingen, waaraan het niet noodzakelijk bijdraagt.³⁸ Hierbij wordt het “do no significant harm” (hierna: *DNSH*) criterium gehanteerd. Het *DNSH* criterium dient te vermijden dat een economische activiteit, die substantieel bijdraagt aan één milieudoelstelling, niet als duurzaam wordt bestempeld wanneer deze activiteit ernstig afbreuk doet aan een andere milieudoelstelling. Dit criterium wordt door de Europese Commissie verder

³⁴ Art. 3 Taxonomieverordening.

³⁵ Figuur 4.

³⁶ X, *Taxonomy: Final report of the Technical Expert Group on Sustainable Finance*, 2020, https://finance.ec.europa.eu/system/files/2020-03/200309-sustainable-finance-teg-final-report-taxonomy_en.pdf.

³⁷ Art. 9 Taxonomieverordening.

³⁸ Art. 17 Taxonomieverordening.

verduidelijkt in gedelegeerde verordeningen per economische activiteit.³⁹ Ter illustratie een voorbeeld uit een gedelegeerde verordening⁴⁰: elektriciteitsopwekking met behulp van fotovoltaïsche zonne-energie technologie draagt in substantiële mate bij aan de mitigatie van klimaatverandering. Echter bij het toepassen van het *DNSH* criterium zien we dat de elektriciteitsopwekking met behulp van fotovoltaïsche zonne-energie technologie ernstig afbreuk doet aan de transitie naar een circulaire economie. Verder kan de elektriciteitsopwekking met behulp van fotovoltaïsche zonne-energie technologie een impact achterlaten op intacte natuurlijke ecosystemen. Deze activiteit doet ook afbreuk aan de bescherming en het herstel van de biodiversiteit en ecosystemen. Hierdoor kan er gesteld worden dat elektriciteitsopwekking met behulp van fotovoltaïsche zonne-energie technologie geen duurzame economische activiteit is, aangezien het niet voldoet aan het *DNSH* criterium.

35. Vervolgens dient de economische activiteit te voldoen aan specifieke technische screeningscriteria. Deze worden per milieudoelstelling en per economische activiteit verder uitgewerkt door de Europese Commissie in gedelegeerde verordeningen.⁴¹ In deze gedelegeerde verordening wordt dan gespecificeerd of, en in welke mate een bepaalde economische activiteit als duurzaam kan worden aangemerkt. Dit houdt in dat de economische activiteit substantieel bijdraagt aan de milieudoelstellingen en juist geen ernstig afbreuk doet aan deze milieudoelstellingen. Zo werd er in 2021 een eerste groene lijst⁴² aangenomen met technische screeningscriteria voor economische activiteiten die in substantiële mate bijdragen aan twee milieudoelstellingen. De milieudoelstellingen die in bovengenoemde groene lijst centraal staan, zijn de mitigatie van klimaatverandering en de adaptatie aan klimaatverandering. Een voorbeeld van wat er in de groene lijst is opgenomen is wind- en zonne-energie. Bijgevolg houdt dit in dat wind- en zonne-energie een duurzame economische activiteit is, omdat dit substantieel bijdraagt aan de mitigatie van klimaatverandering en de adaptatie aan klimaatverandering. Daarenboven doet wind- en zonne-energie geen ernstig afbreuk aan een van de andere milieudoelstellingen.⁴³

36. Tot slot zijn er minimumgaranties waaraan de economische activiteit moet voldoen om ecologisch duurzaam te zijn. De uitoefening van deze economische activiteit dient te gebeuren met de inachtneming van verschillende factoren. Er dient namelijk rekening te worden gehouden met de richtlijnen opgesteld door de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling voor multinationale ondernemingen. Eveneens met de belangrijkste beginselen van de Verenigde Naties inzake bedrijfsleven en mensenrechten, de regels zoals bepaald in de acht fundamentele verdragen

³⁹ R.M. DE GALAN, A.C.W. PIJLS, "Het civiel effect van de Taxonomie- en Transparantieverordening", *TvOB* 2022, 3-14.

⁴⁰ Verord.Comm. nr. 2021/2139, 4 juni 2021, tot aanvulling van Verordening (EU) 2020/852 van het Europees Parlement en de Raad door technische screeningcriteria vast te stellen om de voorwaarden te bepalen waaronder een specifieke economische activiteit kan worden aangemerkt als substantieel bijdragend aan de mitigatie van klimaatverandering of de adaptatie aan klimaatverandering, en om uit te maken of die economische activiteit niet ernstig afbreuk doet aan een van de andere milieudoelstellingen, *PB.L.* 9 december 2021.

⁴¹ Art. 19 Taxonomieverordening.

⁴² Verord.Comm. nr. 2021/2139, 4 juni 2021 tot aanvulling van Verordening (EU) 2020/852 van het Europees Parlement en de Raad door technische screeningcriteria vast te stellen om de voorwaarden te bepalen waaronder een specifieke economische activiteit kan worden aangemerkt als substantieel bijdragend aan de mitigatie van klimaatverandering of de adaptatie aan klimaatverandering, en om uit te maken of die economische activiteit niet ernstig afbreuk doet aan een van de andere milieudoelstellingen, *PB.L.* 9 december 2021.

⁴³ R.M. DE GALAN, A.C.W. PIJLS, "Het civiel effect van de Taxonomie- en Transparantieverordening", *TvOB* 2022, 3-14.

die genoemd worden in de verklaring van de Internationale Arbeidsorganisaties betreffende de fundamentele principes en rechten op het werk en het Internationaal Statuut van de Rechten van de Mens dienen in acht genomen te worden.⁴⁴

2.2.1.1.3. Kritiek op de Taxonomieverordening

37. Een kritiek op de Taxonomieverordening luidt dat het onmogelijk is voor de Europese Commissie om per economische activiteit de technische screeningscriteria en het “*do no significant harm*” criterium, waaraan deze dient te voldoen, te verduidelijken. Hoe kunnen economische activiteiten, die niet worden vermeld in de gedelegeerde verordeningen, voldoen aan de criteria van de Taxonomieverordening?⁴⁵ Bijgevolg is het mogelijk dat een onderneming in de praktijk een ecologisch duurzame activiteit uitoefent, maar indien deze niet wordt vermeld in de gedelegeerde verordeningen inzake de taxonomie-milieudoelstellingen, kan de activiteit op papier niet gekwalificeerd worden als “ecologisch duurzaam” onder de Taxonomieverordening.⁴⁶ Tot slot oordeelt de Taxonomieverordening enkel over de ecologische duurzaamheid van een economische activiteit en niet over de algemene praktijken die de onderneming hanteert wanneer het product op de markt gebracht wordt. Dit zou voor verwarring kunnen zorgen. En hoe zit het wanneer de onderneming verschillende economische activiteiten uitoefent waarbij deze niet allemaal als ecologisch duurzaam bestempeld kunnen worden onder de Taxonomieverordening?⁴⁷

2.2.1.2. Transparantieverordening

38. In de financiële sector vaardigde de Europese Unie de Verordening met betrekking tot informatieverstrekking over duurzaamheid in de financiële sector⁴⁸ uit. Dit wordt ook wel de Transparantieverordening genoemd. Deze verordening kwam er vanuit de veronderstelling dat inzetten op een duurzamer financieringskader gepaard gaat met de integratie van duurzaamheid door de financiële marktdeelnemers in de door hen ontwikkelde producten. Onder financiële marktdeelnemers worden bijvoorbeeld verzekeringsondernemingen en beleggingsondernemingen verstaan. Het achterliggend idee is dat duurzaamheidsaspecten ook in financiële producten geïntegreerd moeten worden. Het bekendmaken van de duurzaamheidsaspecten van de financiële producten zorgt voor transparantie en vergelijkbaarheid tussen de verschillende financiële producten. Op deze manier wordt tevens ook het risico op *greenwashing* verkleint.⁴⁹

39. Deze verordening bepaalt dat iedereen die deelneemt in de financiële marktsector moet rapporteren over diens duurzaamheidsbeleid. Transparantie op het gebied van duurzaamheid staat voorop. De onderneming moet gedragslijnen opmaken en deze publiceren op hun website, samen met de manier waarop zij in hun beleggingsbeslissingsprocedure of -advies duurzaamheidsrisico's

⁴⁴ Art. 18 Taxonomieverordening.

⁴⁵ C. VAN OLDENEEL, *Finance durable (ESG) et assurance*, Bull. Ass. /bulletin des assurances, Mechelen, Wolters Kluwer, 2023, 300.

⁴⁶ A. DE BACKER, N. DE WAELE, “Impact van de regelgeving inzake duurzame financiën op de distributie van verzekeringsproducten”, *T.Verz.* 2023, 101-127.

⁴⁷ C. VAN OLDENEEL, *Finance durable (ESG) et assurance*, Bull. Ass. /bulletin des assurances, Mechelen, Wolters Kluwer, 2023, 300.

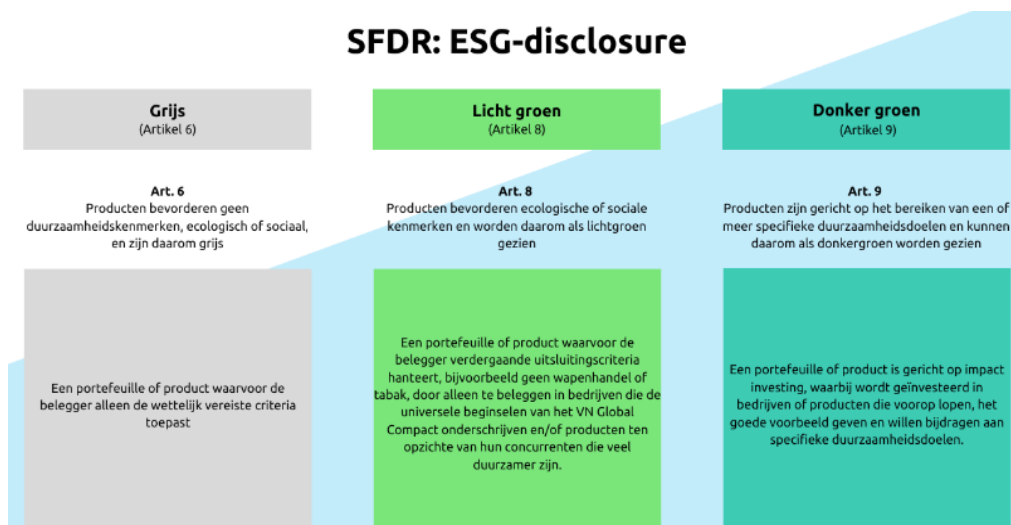
⁴⁸ Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverstrekking over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L* 9 december 2019.

⁴⁹ C. VAN DER ELST, S. VAN DEN BOSCH, “Duurzaamheid en duurzaamheidsrapportering”, *NjW* 2023, afl. 490, 774-782.

integreren.⁵⁰ Daarnaast dienen financiële marktdeelnemers op hun website te plaatsen indien zij de belangrijkste nadelige effecten van beleggingsbeslissingen op duurzaamheidsfactoren in aanmerking nemen in de vorm van een *due diligence* beleid.⁵¹ Op productniveau dienen reeds in de precontractuele fase voldaan te zijn aan bepaalde verplichtingen. Vervolgens geldt, onder andere, de verplichting voor de financiële marktdeelnemers om, voorafgaand aan het sluiten van het contract, te vermelden in welke mate er rekening wordt gehouden met de duurzaamheidsrisico's van het product.⁵² Het komt er op neer dat de financiële instelling duurzaamheidsrisico's moeten verwerken in het beleggingsbeleid, het *due diligence* beleid en het beloningsbeleid.⁵³

40. De Transparantieverordening maakt voor financiële producten een onderscheid tussen drie verschillende duurzame doelstellingen van financiële producten. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen grijze, lichtgroene of donkergroene fondsen, ook wel gekend als type 6, type 8 of type 9 fondsen. Een product wordt als donkergroen beschouwd wanneer het daadwerkelijk een groen product is en duidelijk aantoonbare duurzame eigenschappen bezit. Een product wordt als lichtgroen gekwalificeerd wanneer het slechts enkele duurzame kenmerken vertoont. Een product wordt als grijs bestempeld wanneer het simpelweg geen enkele duurzaamheidskenmerken vertoont.⁵⁴

55 56



41. Onder deze verordening kan een economische activiteit als duurzaam worden beschouwd van zodra ze bijdraagt aan een milieudoelstelling of aan een sociale doelstelling. Dit wordt niet verder gepreciseerd in de Transparantieverordening en het is aan de marktdeelnemers om aan te tonen dat de economische activiteit als duurzaam kan worden beschouwd. Desalniettemin maakt de Transparantieverordening gebruik van "*principal adverse impact on sustainability factors*" waarvan

⁵⁰ Art. 3 Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverstopping over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L* 9 december 2019.

⁵¹ Art. 4 Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverstopping over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L* 9 december 2019.

⁵² Art. 6 Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverstopping over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L* 9 december 2019.

⁵³ R.M. DE GALAN, A.C.W. PIJLS, "Het civiel effect van de Taxonomie- en Transparantieverordening", *TvOB*, 2022, 3-14.

⁵⁴ C. VAN DER ELST, S. VAN DEN BOSCH, "Duurzaamheid en duurzaamheidsrapportering", *NjW* 2023, 774-782.

⁵⁵ Figuur 5.

⁵⁶ X, *INREV: verlamming dreigt door onduidelijke definities en meetmethoden SFDR*, <https://www.blumodule.nl/blog/inrev-verlamming-dreigt-door-onduidelijke-definities-en-meetmethoden-sfdr>.

de regels werden gepreciseerd in een gedelegeerde verordening.⁵⁷ Deze gedelegeerde verordening hanteert informatie inzake de belangrijkste ongunstige effecten van bepaalde beleggingsbeslissingen op duurzaamheidsfactoren. Er wordt hierbij rekening gehouden met verschillende klimaat-en andere milieu-indicatoren zoals bijvoorbeeld broeikasgasemissies.

42. Er is bijgevolg een groot verschil tussen enerzijds de Transparantieverordening die economische activiteit als duurzaam bestempeld, waarbij dat transparantie van de financiële marktdeelnemers over hun economische activiteiten wordt beoogd, en anderzijds de Taxonomieverordening die economische activiteiten als ecologisch duurzaam bestempeld aan de hand van een gedetailleerd classificatiesysteem.⁵⁸ Desalniettemin zorgen beide mechanismes voor transparantie en rechtszekerheid, wat kan helpen in de strijd tegen *greenwashing*.

2.2.1.3. European Securities and Markets Authority

2.2.1.3.1. Doel van het rapport

43. De Europese Commissie heeft in 2022 een verzoek ingediend bij de drie Europese toezichthoudende autoriteiten, waaronder de *European Securities and Markets Authority* (hierna: ESMA), met de vraag om advies omtrent verschillende aspecten gerelateerd aan het fenomeen van *greenwashing*. Met name wordt input van het ESMA gevraagd over de volgende aspecten:

- De definitie van *greenwashing* en de vormen die het kan aannemen in de financiële sector;
- De risico's die *greenwashing* teweegbrengt in de financiële sector;
- De implementatie, het toezicht en de handhaving van het regelgevend beleid dat ertoe strekt *greenwashing* te voorkomen;
- Aanbevelingen om het regelgevend kader omtrent *greenwashing* te verbeteren.

44. Het is de bedoeling dat de toezichthoudende autoriteiten de potentiële negatieve aspecten van *greenwashing* op de financiële markt blootlegt. Er wordt verwacht dat de zwakke punten van het huidige regelgevend beleid blootgelegd worden, alsook de aspecten die extra gevoelig zijn voor het risico op *greenwashing*. Het uiteindelijke doel is dat de toezichthoudende autoriteit een rapport verstrekt met aanbevelingen om de risico's op *greenwashing* in de financiële sector in te perken.⁵⁹

2.2.1.3.2. Problematiek van *greenwashing* in de financiële sector

45. *Greenwashing* wordt beschreven als "een praktijk waarbij duurzaamheidsgerelateerde claims, verklaringen, acties of communicaties het onderliggende duurzaamheidsprofiel van een entiteit, een financieel product of een financiële dienst niet duidelijk en eerlijk weerspiegelen. Deze praktijk kan misleidend zijn voor consument, beleggers of andere marktdeelnemers".⁶⁰ Er zijn diverse

⁵⁷ Verord.Comm. nr. 2022/1288, 6 april 2022 tot aanvulling van Verordening (EU) 2019/2088 van het Europees Parlement en de Raad met technische reguleringsnormen tot nadere bepaling van de inhoud en presentatie van de informatie met betrekking tot het beginsel "geen ernstige afbreuk doen", en tot nadere bepaling van de inhoud, methoden en presentatie van informatie met betrekking tot duurzaamheidsindicatoren en ongunstige effecten op de duurzaamheid en van de inhoud en presentatie van de informatie met betrekking tot het promoten van ecologische of sociale kenmerken en doelstellingen voor duurzaamheidsbeleggingen in precontractuele documenten, op websites en in periodieke verslagen, PB.L. 25 juli 2022.

⁵⁸ C.A. VAN OLDENEEL, *Finance durable (ESG) et assurance*, Bull. Ass. /bulletin des assurances, Mechelen, Wolters Kluwer, 2023, 300.

⁵⁹ European Securities and Markets Authority, *Progress Report on Greenwashing*, 2023, ESMA30-1668416927-2498, [ESMA30-1668416927-2498 Progress Report on Greenwashing \(europa.eu\)](https://www.esma.europa.eu/press-news/esma-news/esma30-1668416927-2498-progress-report-on-greenwashing).

⁶⁰ European Securities and Markets Authority, *Progress Report on Greenwashing*, 2023, ESMA30-1668416927-2498, [ESMA30-1668416927-2498 Progress Report on Greenwashing \(europa.eu\)](https://www.esma.europa.eu/press-news/esma-news/esma30-1668416927-2498-progress-report-on-greenwashing).

manieren waarop duurzaamheidsclaims misleidend kunnen zijn. Een duurzaamheidsclaim kan misleidend zijn door het achterwege laten van relevante, en soms zelfs essentiële informatie voor consumenten, investeerders en andere marktdeelnemers. Aan de andere kant kan een duurzaamheidsclaim misleidend zijn door het verstrekken van valse of misleidende informatie. Bovendien kan *greenwashing* op verschillende niveaus plaatsvinden. Ten eerste kan er sprake zijn van *greenwashing* op het niveau van de entiteit, waarbij bijvoorbeeld de duurzaamheidsstrategie van de onderneming groener wordt voorgesteld dan dat ze in werkelijkheid is. Ten tweede kan *greenwashing* plaatsvinden op het niveau van het financiële product zelf, zoals bij een groene obligatie. Ten derde is er ook sprake van *greenwashing* op het niveau van de financiële dienstverlening, bijvoorbeeld bij het verstrekken van financieel advies waarbij de voorkeur uitgaat naar groene investeringen.

46. Het rapport van de ESMA beschrijft uitgebreid welke onderwerpen het voorwerp kunnen uitmaken van een duurzaamheidsclaim, welke kwaliteiten deze duurzaamheidsclaims misleidend maken en op welke manier deze duurzaamheidsclaims naar buiten toe worden gecommuniceerd. Dit wordt samengevat weergegeven in het onderstaande kader. Zo wordt er gesteld dat er een grote kans op *greenwashing* bestaat bij de zogenaamde “impact claims”. Dit zijn duurzaamheidsclaims die beweren dat een product een bepaalde impact heeft op het milieu. Het probleem met deze claims is dat er in de regelgeving geen duidelijke afbakening of definitie te vinden is van “impact” of “impactbeleggen”. Bijvoorbeeld het beweren dat beleggen in een bepaald fonds de uitstoot van broeikasgassen vermindert. Het is bij dit soort claims vaak onduidelijk op welk niveau de impact zich zal voordoen, waardoor er sprake kan zijn van misleiding.

FIGURE 2. DIMENSIONS USED TO ANALYSE GREENWASHING RISKS

61 62

Dimensions	Detailed parameters used to analyse greenwashing risks under each dimension		
Roles	Trigger	Spreader	Receiver
Sustainability topics (and sub-topics) about which a claim is communicated	Governance and resources - Board and senior management role (governance-related elements of entity-level ESG policies) - ESG resources and expertise (incl. ESG dedicated staff)	ESG strategy - ESG strategy, objectives, characteristics (integration of sustainability in strategy, ESG characteristics, sustainable objectives, taking into account clients' sustainability preferences) - Sustainability management policies - ESG credentials (qualifications, labels, certificates): adherence to (voluntary) reporting frameworks (e.g. UNPRI, TCFD), labels, ratings, awards, certifications - Engagement with stakeholders (proxy voting and active engagement)	Sustainability metrics and targets - ESG performance to date: ESG results, metrics for real-world impact - Pledges about future ESG performance: ESG targets (incl. net zero targets), transition plans
Qualities through which the claim is misleading investors or consumers	Misleading through provision of information - Empty claims (exaggeration and/or failure to deliver on claims) - Inconsistency - Irrelevance - Outright lie (false) - Suggestive non-textual imagery and sounds - Suggestive use of ESG-related terminology Misleading through omission of information - Selective disclosure / cherry-picking - Omission or lack of disclosure - Vagueness or ambiguity or lack of clarity - Lack of fair and meaningful comparisons, thresholds and/or underlying assumptions - No proof (unsubstantiated) - Outdated information		
Channels through which the claims are communicated	Regulatory information (e.g. Prospectuses, Financial statements, Mandatory sustainability disclosures, Issuers' press releases etc.)	Marketing materials (including website, social media, presentations to investors)	
	Ratings (incl. ESG ratings) and Benchmarks & Labels	Intermediary/advice information	Product information (including internal classifications)
			Voluntary reporting, falling outside previous categories

47. Verder wordt vastgesteld dat er verschillende manieren zijn waarop een duurzaamheidsclaim misleidend kan zijn. Een veel voorkomend geval van *greenwashing* bestaat uit “*cherry-picking*”. Hierbij benadrukt men selectief een duurzaam kenmerk van een product of entiteit, zonder aandacht

⁶¹ Figuur 6.

⁶² European Securities and Markets Authority, *Progress Report on Greenwashing*, 2023, ESMA30-1668416927-2498, [ESMA30-1668416927-2498 Progress Report on Greenwashing \(europa.eu\)](https://www.esma.europa.eu/press-material/press-conferences-and-events/progress-report-on-greenwashing).

te besteden aan andere belangrijke kwesties die ook een grote impact hebben op het milieu. Een voorbeeld hiervan is een luchthaven die zichzelf als groen bestempeld omdat ze zonnepanelen op hun dak hebben, terwijl andere milieubelastende praktijken bewust achterwege worden gelaten. Andere manieren van het stellen van misleidende duurzaamheidsclaims bestaan uit vage claims of het weglaten van relevante informatie.

48. Er zijn verschillende manieren waarop misleidende duurzaamheidsclaims kunnen worden gesteld. Zo zijn er certificaten die kunnen worden toegekend aan producten, wanneer het product aan bepaalde vereisten voldoet. Investeerders vertrouwen op deze certificaten en nemen deze informatie mee in hun beslissing. Het is immers gemakkelijker voor de investeerder om een beslissing te nemen op basis van een groen label, dan een grote hoeveel informatie te moeten verwerken. Desalniettemin is het risico op *greenwashing* groot bij het gebruik van certificaten. Dit omdat de verschillende certificaten moeilijk vergelijkbaar zijn met elkaar vanwege een gebrek aan transparantie van de methodieken. Het is ook mogelijk dat een product een groen label krijgt toegekend vanwege het productieproces, terwijl de resultaten die het product zelf levert helemaal niet milieuvriendelijk zijn. Dit kan voor verwarring zorgen en zelfs misleidend zijn. Het is ook mogelijk dat producten in een later stadium niet meer aan de vereisten voldoen om het label te mogen dragen, maar door een gebrek aan controle blijven deze labels onterecht toegekend aan een product.

49. De volgende problemen, die *greenwashing* in de hand kunnen werken, worden blootgesteld: onduidelijke en dubbelzinnige definities van relevante duurzaamheidsconcepten, er is een gebrek aan effectieve handhaving en een gebrek aan controle op de bestaande duurzaamheidsclaims door de autoriteiten. Door een overvloed aan duurzaamheidsgerelateerde informatie, waarvan men de correctheid niet kan verifiëren, zien financiële marktdeelnemers door de bomen het bos niet meer.

50. Het rapport wijst ook op enkele bepalingen van de Transparantieverordening die *greenwashing* in de hand werken. Er is onduidelijkheid over sommige concepten zoals “duurzame investering” en over de criteria van de “*do no significant harm*” test. Er is geen sluitend regelgevend kader voor de openbaarmaking van duurzaamheidsresultaten en er is sprake van inconsistentie tussen de Transparantieverordening en andere verordeningen zoals de Taxonomieverordening.

51. Tot slot wordt er opgemerkt dat er een gebrek is aan een vereiste voor bedrijven om een gestandaardiseerde, gecontroleerde duurzaamheidsrapport openbaar te maken. Vooral micro-ondernemingen zouden niet aan zo’n vereiste kunnen voldoen omdat zij vaak niet de expertise en vaardigheden hiervoor hebben.⁶³

2.2.1.3.3. Aanbevelingen van de ESMA

52. De ESMA legt de nadruk op de verantwoordelijkheid die ondernemingen hebben in het openbaar maken van hun prestaties op het gebied van duurzaamheid. De ESMA verbindt zich ertoe werk te maken op het gebied van het ontwikkelen van een systeem van effectieve toezicht van deze rapporten. Dit kan helpen in het inperken van de discrepantie tussen de alsmaar groeiende vraag naar groene producten en het beperkt aanbod van groene producten.

⁶³ European Securities and Markets Authority, *Progress Report on Greenwashing*, 2023, ESMA30-1668416927-2498, [ESMA30-1668416927-2498 Progress Report on Greenwashing \(europa.eu\)](https://www.esma.europa.eu/press-material/press-conferences-and-events/progress-report-on-greenwashing).

53. De ESMA benadrukt dat de Europese *Green Bond Standard* een goede standaard creëert voor de groene obligaties. Echter zou het handig zijn indien deze standaard wordt uitgebreid naar andere financiële instrumenten. Dit zou de vergelijkbaarheid van financiële instrumenten vergroten.

54. Er dient een aanvullende verduidelijking te gebeuren over de toepassing van de Transparantieverordening. Zo kan er verduidelijkt worden in welke mate een handelspraktijk bijdraagt aan een duurzame doelstelling onder de Transparantieverordening. Het systeem van de Transparantieverordening, dat fondsen categoriseert als grijs, lichtgroen of donkergroen op basis van hun duurzaamheidsprestaties, is niet optimaal. Vandaar dat er wordt voorgesteld om een andere onderverdeling van de beleggingsproducten te maken, gebaseerd op duidelijke en concrete minimumnormen.

55. Het rapport stelt enkele maatregelen voor om het regelgevend kader omtrent *greenwashing* sterker te maken. Het is van uiterst belang om enkele centrale concepten te definiëren. Er is nood aan een definitie van een "duurzame investering", omdat de definitie die hieraan in de Transparantieverordening gegeven wordt veel ruimte laat voor interpretatie. Bijkomend is er nood aan concrete, vooraf gedefinieerde minimumvereisten voor de bijdrage van een investering aan een duurzame doelstelling. Verder dient het "*do no significant harm*" criterium verder verduidelijkt te worden. Het is in de praktijk niet duidelijk wat er precies onder een aanzienlijk schadelijke activiteit of investering wordt verstaan. Dit criterium wordt verschillend ingevuld naar aanleiding van de Taxonomieverordening en de Transparantieverordening, wat zorgt voor inconsistenties.

56. Vervolgens stelt het rapport voor om het Europees regelgevend kader aan te vullen. Het is cruciaal dat transitiefinanciering in de regelgeving wordt erkent. Onder transitiefinanciering wordt verstaan: de financiering voor een onderneming om te investeren in de transitie naar klimaatneutraliteit. Een duidelijk en afgebakend regelgevend kader omtrent transitiefinanciering ontbreekt momenteel. Ook is er nood aan een beter regelgevend kader omtrent "impact claims". Er is gebrek aan overeenstemming over wat onder "impact" wordt verstaan, welke soorten impact er zijn en welke praktijken al dan niet aanvaardbaar zijn.

57. Het is aan de marktdeelnemers om de duurzaamheidsinformatie correct en op een onderbouwde manier te communiceren naar de buitenwereld toe. Er dient ingezet te worden op betrouwbare en uitgebreide duurzaamheidsgegevens van producten en diensten. Er wordt aanbevolen om gebruik te maken van externe validatie van deze informatie, waardoor de kans op *greenwashing* verkleint. Gebleken is dat ondernemingen hiervoor moeten investeren in capaciteit, expertise en IT-systemen. Zo kan een onderneming investeren in een monitoringsysteem dat rapporteert over de voortgang, of een externe onderneming aanwerven die hen helpt bij een onafhankelijke en objectieve verificatie van de duurzaamheidsinformatie. Het wordt financieel adviseurs aangeraden om de richtlijnen van de ESMA betreffende geschiktheids- en certificeringsvereisten in het achterhoofd te houden bij het verstrekken van financieel advies. Het doornemen van deze richtlijnen vergroot de kennis van de financiële adviseurs en draagt bij aan de kwaliteit van hun advies.⁶⁴

⁶⁴ European Securities and Markets Authority, *Progress Report on Greenwashing*, 2023, ESMA30-1668416927-2498, [ESMA30-1668416927-2498 Progress Report on Greenwashing \(europa.eu\)](https://www.esma.europa.eu/press-news/esma-news/esma30-1668416927-2498-progress-report-on-greenwashing).

2.2.1.3.4. Advies van de stakeholder groep

58. De *Securities and Markets Stakeholder Group* (hierna: SMSG), een belangrijke stakeholder groep van de ESMA, heeft een advies gepubliceerd met betrekking tot het rapport van de ESMA betreffende *greenwashing*. Het is van belang om de voornaamste bevindingen en aanbevelingen uit dit advies te bespreken.

59. De definitie die aan *greenwashing* gegeven wordt in de Taxonomieverordening is niet voldoende. Daarom is een eerste aanbeveling om een duidelijke definitie van *greenwashing* tot stand te brengen. Men adviseert om in deze definitie niet alleen rekening te houden met het milieu, maar ook met de maatschappij en met de beginselen van goed bestuur. Verder is er een gebrek aan de definitie van andere termen zoals “groen” en “duurzaam”. Er kan volgens de SMSG immers enkel sprake zijn van rechtszekerheid wanneer alle marktdeelnemers en de autoriteiten dezelfde invulling van een begrip hanteren.

60. De SMSG adviseert dat het belangrijk is om de bestaande wetgeving niet uit het oog te verliezen. Er is reeds voldoende wetgeving uitgevaardigd om de verschillende aspecten van *greenwashing* aan te pakken. Echter is dit verspreid over verschillende wetgevende instrumenten. Er zijn ook lacunes in de wetgeving. Vandaar dat er wordt aangeraden om de bestaande wetgeving aan te vullen, in de plaats van geheel nieuwe wetgevende instrumenten tot stand te laten komen.

61. Tot slot is het voor de SMSG van belang om een onderscheid te maken tussen opzettelijk en onopzettelijke vormen van *greenwashing*. Onopzettelijke vormen van misleidende informatie naar buiten brengen dient anders behandeld te worden dan het opzettelijk weglaten van informatie of verspreiden van valse informatie. Er wordt wel meteen aangehaald dat het moeilijk wordt om de intentie van de onderneming aan te tonen, wat ervoor kan zorgen dat de rechtszaken met betrekking tot *greenwashing* beperkt blijven.⁶⁵

2.2.1.4. Groene obligaties

62. Een actueel voorbeeld van een groen financieel instrument waarbij de kans op *greenwashing* groot is, zijn de zogenaamde “groene” obligaties. Dit zijn schuldinstrumenten die aan de consument worden aangeboden, waarbij men zich verbindt tegenover deze laatste om de opbrengsten van de obligaties rechtstreeks te gebruiken ter verwezenlijking van “groene” projecten.⁶⁶

2.2.1.4.1. Europese groene obligatie

63. Door een gebrek aan consensus over wat nu precies onder een groene obligatie valt, heeft de Europese Unie de “Europese groene obligatie” opgesteld. In de Verordening Groene Obligaties⁶⁷ worden richtlijnen uiteengezet met betrekking tot de presentatie van groene obligaties aan beleggers. Wanneer een obligatie voldoet aan de vereisten vermeld in de Verordening Groene Obligaties, wordt het label van de “Europese groene obligatie” toegekend. Op deze manier weten

⁶⁵ Securities and Markets Stakeholder Group, *Advice to ESMA – SMSG advice to ESMA on the ESA’s Call for Evidence on Greenwashing*, 2023, ESMA22-106-4384, [esma22-106-4384 smsg advice on greenwashing.pdf \(europa.eu\)](https://esma.europa.eu/media/1000000/2023/10/2023-10-27-esma-22-106-4384-smsg-advice-on-greenwashing.pdf).

⁶⁶ A. DE BACKER, N. DE WAELE, “Impact van de regelgeving inzake duurzame financiën op de distributie van verzekeringsproducten”, *T.Verz.* 2023, 101-127.

⁶⁷ Verord. Raad en Parl nr. 2023/2631, 22 november 2023 betreffende Europese groene obligaties en optionele openbaarmakingen voor obligaties die als ecologisch duurzame obligaties op de markt worden gebracht en voor aan duurzaamheid gekoppelde obligaties, *P.B.L.* 30 november 2023.

beleggers wanneer de obligaties voldoen aan de milieudoelstelling, zoals die werden vastgelegd in de Overeenkomst van Parijs.⁶⁸ Het oorspronkelijke doel was het tot stand brengen van een uniforme regeling die beleggers gerust zou stellen omtrent de duurzaamheid van hun investeringen en hen zou helpen in het identificeren van werkelijke groene obligaties. Het is moeilijk voor beleggers om de verschillende obligaties op de markt met elkaar te vergelijken. Dit omdat er geen uniforme voorschriften zijn voor de procedures die externe controle-instanties volgen om de ecologische duurzaamheid van obligaties te onderzoeken en er een gebrek is aan één uniforme definitie van ecologisch duurzame activiteiten.⁶⁹

64. De Verordening Groene Obligaties dient vooral samen gelezen te worden met de Taxonomieverordening en stelt transparantie en controle op de gestelde vereisten voorop.⁷⁰ Door te voldoen aan de vereisten uiteengezet in de Verordening Groene Claims, worden consumenten in staat gesteld om weloverwogen beslissingen te nemen met kennis van de juiste aspecten omtrent de duurzaamheidskenmerken van een belegging. Echter zijn deze richtlijnen niet bindend. Het is niet verplicht dat groene obligaties voldoen aan de gestelde vereisten in de Verordening. Dit wordt wel aangeraden. Van zodra de obligatie voldoet aan de vereisten vermeld in de richtlijn, krijgt de obligatie het label van de "Europese groene obligatie" toegekend.⁷¹ Een bindend regelgevend kader is daarom wel aanbevolen.

2.2.1.4.2. Voorbeeld in de Belgische markt

65. In 2023 heeft Fluvius aangekondigd groene retail obligaties te verstrekken aan particuliere beleggers, met een waarde variërend minimaal 150 miljoen euro tot maximaal 300 miljoen euro. Dit met als doel te investeren in de Vlaamse energietransitie. De middelen zijn bedoeld voor investeringen in hernieuwbare elektriciteit ten vervanging van fossiele brandstoffen.⁷² Fluvius verbindt zich ertoe de opbrengsten van de obligaties aan te wenden voor de financiering van activiteiten die bijdragen aan één van de milieudoelstellingen die werden opgesomd in het Raamwerk Groene Financiering van Fluvius, waaronder klimaatmitigatie en klimaatadaptatie.⁷³ De aankondiging van deze groene obligatie vond plaats op 14 juni 2023, met een inschrijvingsperiode die liep van 16 juni 2023 tot 21 juni 2023. Vanwege het ophalen van een bedrag van 240 miljoen euro binnen enkele uren, werd de inschrijvingsperiode voor de groene retail obligatie vervroegd beëindigd op 16 juni 2023.⁷⁴ Deze groene retail obligatie van Fluvius kende dus een groot succes.⁷⁵ Dit bevestigt de alsmaar groeiende interesse van consumenten in groene producten.

⁶⁸ Overw. 3 Verord. Raad en Parl nr. 2023/2631, 22 november 2023 betreffende Europese groene obligaties en optionele openbaarmakingen voor obligaties die als ecologisch duurzame obligaties op de markt worden gebracht en voor aan duurzaamheid gekoppelde obligaties, *PB.L.* 30 november 2023.

⁶⁹ Overw. 7 Verord. Raad en Parl nr. 2023/2631, 22 november 2023 betreffende Europese groene obligaties en optionele openbaarmakingen voor obligaties die als ecologisch duurzame obligaties op de markt worden gebracht en voor aan duurzaamheid gekoppelde obligaties, *PB.L.* 30 november 2023.

⁷⁰ C. VAN OLDENEEL, *Finance durable (ESG) et assurance*, *Bull. Ass. /bulletin des assurances*, Mechelen, Wolters Kluwer, 2023, 300.

⁷¹ S. LIBREGTS, V. MARQUETTE, "Greening the Insurance Industry: Exploring the Impact of the Ecolabel and Green Bonds", *T. Verz.* 2023, 247-281.

⁷² X, "Groene obligatie 2023", *Fluvius*, 2023, [Groene obligatie 2023 | Fluvius](#).

⁷³ X, "RAAMWERK GROENE FINANCIERING", *Fluvius*, 2023, [raamwerk-groene-financiering-2023.pdf \(fluvius.be\)](#).

⁷⁴ X, "Fluvius beëindigt vervroegd inschrijvingsperiode voor groene obligatie", *De Standaard*, 2023, [Fluvius beëindigt vervroegd inschrijvingsperiode voor groene obligatie | De Standaard](#).

⁷⁵ B. VERDOODT, "Succesvolle groene retail obligatie-uitgifte door Fluvius in België", *Fluvius*, 2023, [Succesvolle groene retail obligatie-uitgifte door Fluvius in België](#).

66. In de prospectus heeft Fluvius een groen financieringskader uiteengezet, waarin de criteria worden beschreven waaraan een groen project moet voldoen om in aanmerking te komen. Zo wordt bijvoorbeeld energie-efficiëntie gezien als een groen product. Hieronder vallen investeringen in projecten die bijdragen aan de vermindering van elektriciteitsverlies op het elektriciteitsnet en het verminderen van de directe emissies van distributie-infrastructuur. Voorbeelden hiervan zijn de installatie van digitale meters vallen, de modernisering van elektriciteitsnetwerken en de installatie van energiecontroleapparatuur die een hogere distributie- en balancerings efficiëntie mogelijk maakt, vallen. Een ander groen project waarvoor het geld van de obligaties gebruikt kan worden, is de installatie van ledverlichting voor publieke verlichting. De prospectus vermeldt dat er rekening gehouden wordt met de Taxonomieverordening en de vereisten van de Europese groene obligatie. Bovendien is er een intern comité belast met de selectie en evaluatie van de groene projecten waarin geïnvesteerd zal worden. Desalniettemin zal een externe partij de investeringen in groene projecten ook evalueren.⁷⁶

2.2.2. Verenigde Staten

2.2.2.1. *The Securities Exchange Act*

67. In 1934 kwam de "*Securities Exchange Act*" (hierna: SEA) tot leven. De SEA voorziet in de regulering van effectenbeurzen en van *over-the-counter*-markten die opereren in de interstatelijke en buitenlandse handel, teneinde onrechtvaardige en oneerlijke praktijken op dergelijke beurzen en markten te voorkomen. Het doel van deze wet was om een grotere mate van financiële transparantie op de financiële markt te waarborgen, waardoor er minder fraude en manipulatie zou plaatsvinden. De noodzaak tot regulering ontstond vanwege het groot belang van de financiële transacties op de effectenbeurzen en *over-the-counter*-markten. Deze transacties hebben een aanzienlijke impact op zowel het internationaal, als het nationaal marktsysteem van de Verenigde Staten. Als gevolg hiervan werd het noodzakelijk geacht om passende regelgeving en toezicht op dergelijke transacties te implementeren.⁷⁷

68. In het verlengde van hun missie creëerde de SEA een onafhankelijk federaal agentschap genaamd de "*Securities and Exchange Commission*" (hierna: SEC). De taak van de SEC is het waarborgen van voldoende bescherming voor de investeerders op de financiële markten, het vergemakkelijken van de kapitaalvorming en het reguleren van de effectenmarkt. Hoewel aanvankelijk werd gesteld dat de SEC zich uitsluitend diende te richten op financiële informatie, werd later aanvaard dat ook niet-financiële informatie van belang is voor de bescherming van investeerders en andere financiële marktdeelnemers.⁷⁸

69. In 2010 vaardigde de SEC een leidraad⁷⁹ uit met betrekking tot niet-financiële informatie die in een openbaarmakingsdocument bekend gemaakt moet worden inzake het klimaat. Deze leidraad werd opgesteld met de gedachte dat er geen sprake kan zijn van eerlijke markt, zonder eerlijke

⁷⁶ Fluvius, *Guaranteed Euro Medium Term Note Programme*, 2023, <https://over.fluvius.be/sites/fluvius/files/2023-06/fluvius-emtn-2023-base-prospectus.pdf>.

⁷⁷ A. SHANOR, S.E. LIGHT, "Greenwashing and the First Amendment", *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

⁷⁸ S. CHOI, "ESG METRICS: SAFEGUARD AGAINST GREENWASHING OR SAFE HARBOR FOR GREENWASHING?", *Geo. Wash. J. Energy & Env't L.* 2023, 27-41.

⁷⁹ Securities and Exchange Commission, "Commission Guidance Regarding Disclosure Related to Climate Change", *Fed.Reg.* 2010, [2010-2602.pdf \(govinfo.gov\)](https://www.govinfo.gov/2010-2602.pdf).

publiciteit.⁸⁰ Deze leidraad bepaalt dat alle ondernemingen verplicht zijn om informatie met betrekking tot de duurzaamheidsaspecten openbaar te maken, wanneer deze informatie een wezenlijk effect heeft op de financiële of operationele toestand van de onderneming. Dit is het geval wanneer de gemiddelde, redelijke investeerder de informatie noodzakelijk acht om een beslissing te nemen. Afhankelijk van de situatie kan men verplicht zijn om zo'n openbaarmakingsdocument te publiceren met betrekking tot de gevolgen voor het klimaat. In de energiesector is het verplicht om een rapport te publiceren over de risicofactoren in verband met de bestaande of toekomstige regelgeving die betrekking heeft op klimaatverandering. Dit rapport moet specifiek ingaan op de concrete risico's waarmee de onderneming kampt als gevolg van deze regelgeving.⁸¹ Echter laat deze wetgeving veel ruimte vrij voor interpretatie. Hierdoor kunnen ondernemingen zelf uitmaken of zo een informatie onder het criterium valt en op basis daarvan de informatie met betrekking tot de duurzaamheid al dan niet openbaar maken. Vanwege het ontbreken van wettelijke definities kunnen ondernemingen gemakkelijk argumenteren dat ze buiten het toepassingsgebied van deze leidraad vallen. Bijgevolg is deze leidraad niet voldoende om ondernemingen die aan *greenwashing* doen in de financiële sector een halt toe te roepen. Een effectiever mechanisme zou zijn dat de SEC een wettelijk kader creëert inzake de verplichte openbaarmaking voor alle informatie met betrekking tot de duurzaamheidsaspecten. De SEC beschikt immers over de bevoegdheid om zo'n wettelijk kader te creëren.⁸²

70. Investeerders die in groene producten willen investeren en misleids worden door valse of misleidende informatie, kunnen de onderneming aanspreken op basis van de anti-fraude bepalingen geïmplementeerd in sectie 10(b) van de SEA.⁸³ Deze sectie van de SEA verbiedt het gebruik van enig manipulatief of bedrieglijk apparaat of verzinsel, in verband met de aankoop van financiële producten, dat niet in overeenstemming is met de voorschriften van de SEC. Het is voor financiële marktdeelnemers verboden om onware verklaringen te uitten met betrekking tot een materieel feit, of juist een materieel feit dat essentieel is met betrekking tot een financieel product, weg te laten. Het plegen van fraude of bedrog in verband met de aankoop of verkoop een financieel product wordt door sectie 10 van de SEA in het algemeen verboden.⁸⁴ Teneinde de onderneming aansprakelijk te stellen voor *greenwashing*, moet de investeerder aantonen dat de verstrekte informatie essentieel was voor het nemen van een investeringsbeslissing. Bijgevolg dient deze essentiële informatie te ontbreken of onjuist te zijn om de onderneming aansprakelijk te stellen voor *greenwashing*.⁸⁵ Het is mogelijk voor de SEC om een vordering wegens fraude in te stellen, wanneer een financiële instelling een materieel onjuiste voorstelling van zaken geeft of juist essentiële informatie achterhoudt. De financiële marktdeelnemer, zoals bijvoorbeeld de aandeelhouder, moet aantonen dat hij op deze informatie heeft vertrouwd en dit schade heeft veroorzaakt.

⁸⁰ A. SHANOR, S.E. LIGHT, "Greenwashing and the First Amendment", *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

⁸¹ Securities and Exchange Commission, "Commission Guidance Regarding Disclosure Related to Climate Change", *Fed.Reg.* 2010, [2010-2602.pdf \(govinfo.gov\)](https://www.govinfo.gov/links/related/pdfs/2010-2602.pdf).

⁸² S. CHOI, "ESG METRICS: SAFEGUARD AGAINST GREENWASHING OR SAFE HARBOR FOR GREENWASHING?", *Geo. Wash. J. Energy & Env't L.* 2023, 27-41.

⁸³ Sec. 10B Securities Exchange Act, 10 Augustus 2012, <https://www.nyse.com/publicdocs/nyse/regulation/nyse/sea34.pdf>.

⁸⁴ A. SHANOR, S.E. LIGHT, "Greenwashing and the First Amendment", *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

⁸⁵ S. CHOI, "ESG METRICS: SAFEGUARD AGAINST GREENWASHING OR SAFE HARBOR FOR GREENWASHING?", *Geo. Wash. J. Energy & Env't L.* 2023, 27-41.

71. In de Verenigde Staten zijn er momenteel geen specifieke wetten die zich rechtstreeks richten op het aanpakken van *greenwashing* in de financiële sector. Financiële marktdeelnemers kunnen zich enkel beroepen op fraudebepalingen wanneer zij benadeeld worden door misleidende milieucclaims. Desalniettemin is het mogelijk om gevallen van *greenwashing* in de financiële sector aan te pakken door de interpretatie van andere wetgeving. In tegenstelling hiermee heeft de Europese Unie een streepje voor dankzij de Transparantieverordening en de Taxonomieverordening. Deze regelgeving is specifiek gericht op de duurzaamheidsaspecten in de financiële sector.

2.3. Gevolgen *greenwashing*

2.3.1. Studie van de Europese Commissie

72. Het groeiende succes van groene producten bij consumenten heeft ook de aandacht van de ondernemingen getrokken. Daarom stellen ze voortdurend duurzaamheidsclaim om de consument te overtuigen van de waarde hun product en vragen ze vaak ook een hogere prijs voor deze zogenaamde groene producten. Een studie⁸⁶ van de Europese Commissie over duurzaamheidsclaims heeft aangetoond dat in 80 procent van alle productreclame, op zijn minst impliciet, één misleidende duurzaamheidsclaim zit. Uit dezelfde studie van de Europe Commissie bleek dat van de 150 onderzochte duurzaamheidsclaims, 80 van deze claims als misleidend kunnen worden beschouwd in het licht van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Volgens deze studie wordt een milieucclaim als misleidend beschouwd wanneer deze onduidelijk en ondubbelzinnig is of veel te algemene termen gebruikt en niet specifiek is of simpelweg niet onderbouwd is. Hieruit kan geconcludeerd worden dat 53,3 procent van de duurzaamheidsclaims als misleidend kan worden beschouwd. De studie suggereert ook dat ondernemingen mogelijk niet volledig op de hoogte zijn van het misleidende karakter van hun uitspraken. Verder toont de studie aan dat onafhankelijke labels, uitgevaardigd door externe instituties, kunnen bijdragen aan de verduidelijking van milieucclaims.⁸⁷

2.3.2. Misleiding van de consument

73. Valse duurzaamheidsclaims misleiden de consument. Dit is waar het schoentje knelt. De voorkeur van consumenten voor milieubewuste aankopen wordt uitgebuit door ondernemingen die valse milieucclaims stellen. Hierdoor ontstaat er een gebrek aan vertrouwen bij consumenten in duurzaamheidsclaims, zelfs in de claims die wel accuraat zijn.⁸⁸

2.3.2.1. Theorie van het competitief altruïsme

74. Ondanks het feit dat er veel producten groener worden voorgesteld dan dat deze in werkelijkheid zijn, zijn er ook echte duurzame producten op de markt gekomen. Een studie toonde aan dat producten die gelabeld worden als duurzaam, populair zijn op de consumentenmarkt en groeiende interesse wekken bij de consument.⁸⁹ Dit werd bepaald aan de hand van de *Sustainable Market Share Index*.⁹⁰

⁸⁶ Europese Commissie, *Environmental claims in the EU*, 2020, https://www.qualenergia.it/wp-content/uploads/2023/01/Envclaims_inventory_2020_final_public.pdf.

⁸⁷ Europese Commissie, *Environmental claims in the EU*, 2020, https://www.qualenergia.it/wp-content/uploads/2023/01/Envclaims_inventory_2020_final_public.pdf.

⁸⁸ K.A. WEST, "Goodbye to Greenwashing in the Fashion Industry: Greater Enforcement and Guidelines", *N.C. L. Rev.* 2023, 841-870.

⁸⁹ R. KRONTHAL-SACCO, T. WHELAN, "Sustainable Market Share Index", *CSB*, 2023, 33.

⁹⁰ Art. 7 Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatievervalsing over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *P.B.L* 9 december 2019.

75. Deze groeiende interesse in groene producten kan verklaard worden aan de hand van de theorie van het competitief altruïsme. Volgens deze theorie streven individuen ernaar elkaar te overtreffen in vrijgevigheid. Dit vertaalt zich naar het kopen van groene producten, zichtbaar voor anderen, om hun status te verhogen. Daarom zijn mensen meer geneigd om een groen product te kopen in het bijzijn van anderen. Het is dan ook voordelig voor ondernemingen om de groene elementen van hun producten goed te benadrukken. Het is belangrijk voor consumenten om te laten zien dat ze groene keuzes maken. Een ander aspect heeft te maken met de prijs van het groene product. Het verhogen van de prijs van een groen product kan het product voor de consument aantrekkelijker maken. Dit omdat het aantoonst dat ze bereid zijn extra te betalen voor milieuvriendelijkheid, wat hun status verhoogt. Hoe groener het product wordt voorgesteld, hoe meer consumenten bereid zijn om te betalen voor dit product in het openbaar opdat ze sociale voordelen genieten.⁹¹ Producten en ondernemingen die op een "groene lijst" staan doen het beter omdat dit hun status verhoogt. Dit geldt ook in de andere richting. Bijvoorbeeld in India werd er een lijst van de meest vervuilende ondernemingen gepubliceerd. Dit heeft ervoor gezorgd dat de ondernemingen die als vervuilend worden beschouwd, meer belangstelling hebben getoond voor duurzaamheid, met het doel hun status te verhogen. Deze gedachtegang kan ook doorgetrokken worden naar de consument. Zo werd, ondanks de hoge aankoopprijs van een Lexus, de verwachte opbrengst overtroffen met 300 procent. Dit toont aan dat consumenten bereid zijn om aanzienlijke bedragen te betalen wanneer het niet alleen goed is voor het milieu, maar hun sociale status verhoogt.⁹²

76. De theorie van het competitief altruïsme kan een gedragswetenschappelijke verklaring stellen voor de voorkeur van consumenten voor groene producten. Dat neemt niet weg dat veel consumenten anno 2024 bewust met het milieu bezig zijn en bijgevolg waarde hechten aan het aanschaffen van milieuvriendelijke producten.

2.3.2.2. De misleiding van de consument als toetsingscriterium

77. In dit onderzoek wordt de misleiding van de consument als toetsingscriterium gehanteerd. Dit omdat de consument een zeer prominente rol speelt in de transitie naar een groene economie en de strijd tegen de klimaatcrisis. Consumenten kunnen ervoor kiezen om duurzame beslissingen te nemen met betrekking tot hun consumpties en kunnen hierbij een enorm verschil maken. Consumenten spelen een sleutelrol in de transitie van een lineaire economie naar een circulaire economie waarbij men de levensduur van producten verlengt, reparatie promoot in de plaats van herstel, meer recycleert, enzovoort.. De rol van de consument is aldus veranderd van een passieve toeschouwer naar een actieve deelnemer in de transitie naar een duurzaam milieu-en consumptiebeleid. Teneinde deze rol te kunnen vervullen, dienen consumenten over de juiste informatie te beschikken teneinde duurzame aankoopbeslissingen te kunnen maken. Misleidende, incorrecte of niet onderbouwde milieueclaims vormen een groot obstakelblok in het maken van de juiste keuze met betrekking tot de groene aspecten van hun aankoop. Opdat consumenten

⁹¹ L. D. MITCHELL, W. D. RAMEY, "Look How Green I Am! An Individual-Level Explanation for Greenwashing", *JABE* 2011, 40-45.

⁹² V. GRISKEVICIUS, S.M. CANTU, M. VAN VUGT, "The Evolutionary Bases for Sustainable Behavior: Implications for Marketing, Policy, and Social Entrepreneurship", *JPP&M* 2012, 115-128.

beschermd worden tegen deze oneerlijke handelspraktijken en onjuiste duurzaamheidsclaims is het optreden van de overheid en de wetgevers van essentieel belang.⁹³

78. Het criterium van de gemiddelde consument wordt gehanteerd als toetsingscriterium bij het beoordelen van wetgeving ter bescherming van consumentenbelangen. Het Europees recht legt de basis voor het consumentenrecht en de regels van consumentenbescherming. De eerste maatregelen werden genomen in 1984 toen de Richtlijn inzake misleidende reclame werd uitgevaardigd. Consumenten werden als eerst beschermd op het gebied van misleidende reclame teneinde de doelstelling van de interne markt te bereiken. De ondernemingen die de marktregels schenden door de consument te misleiden, worden gesanctioneerd op basis van de regels tegen misleidende reclame.⁹⁴

79. Het toetsingscriterium "misleiding van de consument" dient bovendien te worden beoordeeld vanuit het perspectief van de consument tot wie de reclame zich richt. Specifiek wordt er gekeken naar de gemiddelde consument met een gemiddeld onderscheidingsvermogen. Bovendien moet de misleiding in staat zijn om het economisch gedrag van de consument te beïnvloeden. Dit gedrag van de consument kan enkel worden beïnvloed wanneer de misleiding betrekking heeft op aankoopbeslissende factoren. Het beeld van de gemiddelde consument werd geschetst door het Hof van Justitie en voor het eerst beschreven in de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Er wordt als het ware een Europese gemiddelde consument tot leven gebracht. In deze Richtlijn stelt men dat de gemiddelde consument *"een redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument"* is waarbij er rekening wordt gehouden *"met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren, maar wordt er tevens voorzien in bepalingen die voorkomen dat wordt geprofiteerd van consumenten die bijzonder vatbaar zijn voor oneerlijke handelspraktijken"*⁹⁵. Er wordt dus rekening gehouden met de consument wanneer deze zich in een kwetsbare positie bevindt. Verder stelt de Richtlijn Oneerlijke handelspraktijken dat *"het criterium van de gemiddelde consument geen statistisch criterium is. Nationale rechtbanken en autoriteiten moeten, rekening houdend met de jurisprudentie van het Hof van Justitie, hun eigen oordeel volgen om vast te stellen wat de typische reactie van de gemiddelde consument in een bepaald geval is"*⁹⁶. In het arrest *Purely Creative*⁹⁷ maakt het Hof van Justitie gebruik van wat er in deze overwegingen wordt gesteld. Het Hof stelt dat in het geval de handelspraktijk zicht richt tot een specifieke groep van consumenten, de beoordeling van de oneerlijkheid van deze handelspraktijk dan ook moet worden bekeken vanuit het oogpunt van deze specifieke groep consumenten.⁹⁸

80. De Europese wetgever gaat er vanuit dat de consument een welvaart maximaliserend individu is en rationele keuzes maakt. Opdat de consument deze rol kan verwezenlijken, dient deze volledig geïnformeerd te zijn.⁹⁹

⁹³ B. NALBANDIAN, "Is all gold that glitters? The EU Commission Proposal on empowering consumers for the green transition", *REDC* 2023, 51-68.

⁹⁴ G. STRAETMANS, "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, 97-125.

⁹⁵ Overw. 18 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

⁹⁶ Overw. 18 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

⁹⁷ HvJ, 18 oktober 2012, C- 428/11, ECLI:EU:C:2012:651, 'Purely Creative'.

⁹⁸ G. STRAETMANS, "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, 97-125.

⁹⁹ G. STRAETMANS, "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, 97-125.

81. Voor de interpretatie van het begrip misleiding wordt verwezen naar de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Deze Richtlijn stelt allereerst dat er sprake moet zijn van onjuiste informatie, onwaarheden of feitelijk correcte informatie die een vertekend beeld geeft van de waarheid. Ten tweede kan er enkel sprake zijn van misleiding indien de informatie betrekking heeft op de exhaustief opgesomde elementen vermeld in de richtlijn. Ten derde moet de consument een besluit te nemen die hij niet zou hebben genomen met volledige kennis van alle relevante elementen.¹⁰⁰ Daarnaast moet rekening worden gehouden met het algemeen verbod op oneerlijke handelspraktijken.¹⁰¹ Hieruit kan er gesteld worden dat het oneerlijk karakter van de handelspraktijk getoetst dient te worden ten opzichte van de gemiddelde consument of de gemiddelde consument van de groep tot wie de handelspraktijk is gericht. Deze handelspraktijk moet het economisch gedrag van die gemiddelde consument wezenlijk kunnen verstoren door de consument een besluit te laten nemen over een transactie die hij met volledige kennis van alle juiste informatie niet zou hebben genomen. Het wordt impliciet aangenomen dat aan deze laatste voorwaarde voldaan is, wanneer aan de andere voorwaarden is voldaan. Met andere woorden, er is sprake van misleiding van de consument indien de handelspraktijk de mogelijkheid heeft om de besluitvorming met betrekking tot een transactie van de consument te beïnvloeden.¹⁰²

2.3.3. Ondernemingen ontlopen hun verantwoordelijkheid

82. Een bijkomend probleem ontstaat doordat ondernemingen zich verschuilen achter duurzaamheidsclaims en zo de verantwoordelijkheid ontlopen om daadwerkelijk duurzamer te produceren. Het is voor ondernemingen eenvoudiger om hun advertentie aan te passen aan de duurzaamheidsvereisten die klanten graag zouden willen zien, dan om daadwerkelijk hun beleid te wijzigen om duurzamer te opereren.¹⁰³ Deze duurzaamheidsclaims leiden tot een verhoogde verkoop van producten, omdat consumenten meer belangstelling hebben voor groene producten, terwijl ondernemingen hun imago hoog houden door te doen alsof ze groen zijn.

2.3.4. Gebrek aan regelgevend kader

83. Bovendien zal dit onderzoek verder bespreken dat er op dit moment geen sluitend regelgevend kader bestaat om *greenwashing* aan te pakken, waardoor ondernemingen hier ongestraft mee kunnen weggkomen. Ondernemingen zijn zich er dus van bewust dat het risico op sancties voor hun onjuiste duurzaamheidsclaims gering is.

84. Hoewel er op dit moment verschillende wetgevende initiatieven in gang zijn gezet om *greenwashing* tegen te gaan, hebben de media en andere klimaatgerelateerde groepen reeds eerder het hef in eigen handen genomen door campagnes tegen *greenwashing* op te starten. In België lanceerde de federatie van de papierindustrie, "Papier.be", een dergelijke campagne tegen *greenwashing* waarbij zij valse duurzaamheidsclaims van enkele ondernemingen aan het licht brachten en consumenten opriepen om gevallen van *greenwashing* te melden.¹⁰⁴ Milieuorganisatie Greenpeace heeft evenmin stil gezeten. Greenpeace heeft niet alleen duurzaamheidsclaims van

¹⁰⁰ Art. 6.1 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹⁰¹ Art. 5 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹⁰² G. STRAETMANS, "Misleiding en de consument", DCCR 2013, 97-125.

¹⁰³ M. A. DELMAS, V. C. BURBANO, "The Drivers of Greenwashing", CMR 2011, 38.

¹⁰⁴ X, "PAPIER.BE LANCEERT CAMPAGNE TEGEN GREENWASHING", *Papier.be*, 2023, <https://www.papier.be/nl/papier-be-lanceert-campagne-tegen-greenwashing/>.

ondernemingen openbaar als *greenwashing* bestempeld, maar heeft zelf ook juridische stappen ondernomen om *greenwashing* aan te pakken. Zo heeft Greenpeace bijvoorbeeld de Internationale Skifederatie voor de rechter gedaagd wegens hun bewering “klimaatpositief” te handelen. Greenpeace heeft dit door middel van eigen onderzoek betwist. Bijkomend heeft Greenpeace de Europese Commissie voor de rechter gedaagd omdat deze kernenergie en aardgas als groen bestempelde.¹⁰⁵ Het wordt als controversieel beschouwd dat de Europese Commissie wil opkomen tegen *greenwashing*, maar er zelf aan meedoet.

85. Hoewel ondernemingen die aan *greenwashing* doen niet streng genoeg worden aangepakt, worden steeds meer klimaatrechtszaken aangespannen. Een bekend voorbeeld hiervan is de rechtszaak van milieudefensie tegen de wereldwijd bekende onderneming Shell.¹⁰⁶ Als gevolg van deze rechtszaak moet Shell zijn CO₂-uitstoot tegen 2030 verminderen met 45 procent ten opzichte van hun CO₂-uitstoot in 2019. Deze zaak benadrukt echter het gebrek aan handhavingsmechanismes, aangezien Shell tot op heden nog steeds geen actie heeft ondernomen om aan het vonnis te voldoen en dit vooralsnog ongestraft blijft. Shell is zelfs in beroep gegaan tegen het vonnis, wat suggereert dat dit voor hen gunstiger is dan daadwerkelijk verantwoordelijkheid te nemen voor het verminderen van hun CO₂-uitstoot.¹⁰⁷ Vanwege het gebrek aan wetgeving en handhaving blijft een streng optreden van de wetgever vereist om tegemoet te komen aan de problematiek van *greenwashing*.

2.4. Bestaand regelgevend kader omtrent *greenwashing*

2.4.1. Europa

2.4.1.1. Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken

86. De meest passende bron waaronder *greenwashing* aangepakt kan worden is de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Deze richtlijn is van toepassing op de relatie tussen een consument en een handelaar. In de richtlijn wordt de notie handelspraktijk zeer ruim beschreven, het omvat “*iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten*”.¹⁰⁸ De bovengenoemde richtlijn heeft tot doel de economische belangen van de consumenten te beschermen tegen oneerlijke handelspraktijken.¹⁰⁹ Milieubescherming valt in principe niet onder de doelstelling van bovengenoemde richtlijn.¹¹⁰ Deze richtlijn is omgezet naar het Belgisch recht en terug te vinden in de boeken VI en XIV van het Wetboek van Economisch Recht (hierna: WER).

¹⁰⁵ A. COLLARD, “Greenpeace dient beroep in tegen Europese Commissie om einde te maken aan *greenwashing* van fossiel gas en kernenergie”, *Greenpeace*, 2023, <https://www.greenpeace.org/belgium/nl/persbericht/52303/greenpeace-dient-beroep-in-tegen-europese-commissie-om-einde-te-maken-aan-greenwashing-van-fossiel-gas-en-kernenergie/>.

¹⁰⁶ Rechtbank Den Haag, 26 mei 2021, C/09/571932/HAZA19-379, ECLI:NL:RBDHA:2021:5337, ‘Klimaatzaak tegen Royal Dutch Shell’.

¹⁰⁷ Milieudefensie, “Tijdljn van de rechtszaak van Milieudefensie tegen Shell”, <https://milieudefensie.nl/klimaatzaakshell/tijdljn-klimaatzaak-tegen-shell>.

¹⁰⁸ Art. 2 d) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹⁰⁹ Art. 1 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹¹⁰ Med.(Comm.) met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29 december 2021, 2021/C526/01.

2.4.1.1.1. Algemene norm

87. Deze richtlijn introduceert één grote algemene norm die oneerlijke handelspraktijken strafbaar stelt. Conform deze richtlijn is er sprake van een oneerlijke handelspraktijk wanneer deze niet voldoet aan de vereisten van professionele toewijding en het economisch gedrag van de gemiddelde consument, waarop de handelspraktijk betrekking heeft, fundamenteel kan verstoren met betrekking tot dat specifiek product.¹¹¹ Deze algemene norm is letterlijk overgenomen in het WER.¹¹² Er is sprake van strijdigheid met de vereisten van professionele toewijding wanneer de omstreden handelspraktijk botst met normale niveau van professionaliteit dat men redelijkerwijs mag verwachten van de handelaar.¹¹³ Toegepast op een casus van *greenwashing* kan bijvoorbeeld een handelaar een bepaald certificaat gebruiken om aan te tonen dat hun product bepaalde milieuvoordelen met zich meebrengt. Indien een consument dit product koopt omwille van het certificaat, mag deze consument er redelijkerwijs van uitgaan dat het product aan onafhankelijke controle(s) werd onderworpen teneinde dit certificaat te bekomen, aangezien het ook mogelijk is voor handelaars om een certificaat op hun product te plakken zonder aan de vereisten normen te voldoen.¹¹⁴ Voor het tweede criterium wordt er gekeken naar het economisch gedrag van de gemiddelde consument, dat potentieel, maar wel in redelijke mate, moet worden verstoord. Onder een gemiddelde consument wordt begrepen: een redelijk geïnformeerde, voorzichtig en waakzame consument, rekening houdend met de concrete omstandigheden.¹¹⁵ Deze algemene norm is ook van toepassing op oneerlijke handelspraktijken die niet door een contract tussen handelaar en consument tot stand zijn gekomen. Onder het toepassingsgebied vallen dus ook buitencontractuele relaties en handelspraktijken die in iedere fase van het contract zijn ontstaan.¹¹⁶

2.4.1.1.2. Kleine normen

88. Hiernaast zijn er ook twee kleine normen waarin bepaalde handelspraktijken strafbaar worden gesteld. Misleidende handelspraktijken bedriegen de consument en beletten deze om correct of voldoende geïnformeerd te worden, waardoor de consument niet in staat is om met volledige kennis van alle aspecten met betrekking tot een bepaalde handelstransactie een beslissing te nemen.¹¹⁷ Het is hier essentieel dat de beslissing van de consument met betrekking tot een bepaalde handelstransactie beïnvloed wordt, waardoor de consument misleid wordt bij het nemen van een beslissing die hij met kennis van alle elementen niet zou hebben genomen.¹¹⁸ Bij een agressieve handelspraktijk neemt de consument een besluit over een transactie die hij anders niet zou hebben genomen, omdat deze beslissing tot stand is gekomen door middel van het gebruik van dwang, intimidatie, geweld of een andere ongepaste manier van beïnvloeding.¹¹⁹ Indien een handelspraktijk voldoet aan de criteria van een misleidende of agressieve handelspraktijk, zonder dat deze strijdig is

¹¹¹ Art. 5 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹¹² Art. VI.93 WER.

¹¹³ B. KEIRSILCK, "Oneerlijke handels- en beroepspraktijken jegens consumenten (2008-2014)", *TPR* 2016, 252-291.

¹¹⁴ Med.(Comm.) met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29 december 2021, 2021/C526/01.

¹¹⁵ Overw. 18 van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹¹⁶ Overw. 13 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹¹⁷ Art. VI.97 WER.

¹¹⁸ Art. 6 en overw. 14 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹¹⁹ Art. 8 Oneerlijke Handelspraktijken en art. VI.101 WER.

met de vereisten van professionele toewijding, wat strafbaar wordt gesteld in de grote algemene norm, blijft de handelspraktijk vallen onder de noemer van een oneerlijke handelspraktijk.¹²⁰

2.4.1.1.3. Zwarte lijst

89. Bovendien bevat de richtlijn een zwarte lijst van handelspraktijken die ten alle tijde aan de criteria van een oneerlijke handelspraktijk voldoen.¹²¹ In deze lijst staan enkele handelspraktijken opgesomd die van toepassing kunnen zijn op een geval van *greenwashing*. Het vermeldt onder andere: een bepaald label op het product plakken zonder daarvoor de vereiste toestemming te hebben gekregen of vermelden dat het product wordt aanbevolen of erkend door een openbare instelling, terwijl dit niet het geval is. Hieronder kunnen gevallen van *greenwashing* vallen zoals zelf een duurzaamheidslabel aan een eigen product toekennen zonder dat dit gecontroleerd wordt door een onafhankelijke instantie. Daarnaast kan er ook sprake zijn van *greenwashing* indien men claimt een bepaalde gedragscode te eerbiedigen of claimt dat zijn gebruikte gedragscode erkend is door een bepaalde openbare instantie, terwijl dit in werkelijkheid niet zo is.¹²²

2.4.1.1.4. Richtsnoer

90. De Europese Commissie heeft een richtsnoer¹²³ gepubliceerd met betrekking tot de toepassing van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt. Het is van belang om te vermelden dat zo een richtsnoer niet bindend is maar enkel als een hulpmiddel gebruikt kan worden bij de interpretatie van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.¹²⁴

91. Allereerst geeft de richtsnoer een ruime interpretatie aan het begrip milieucclaim. Daarenboven stelt de richtsnoer dat alle handelspraktijken die plaatsvinden in de verhouding tussen ondernemingen en consumenten met betrekking tot de duurzaamheidskenmerken van een product onder de toepassing van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken vallen. Desalniettemin voorziet de richtlijn niet in een specifiek verbod op groene claims. Enkel wanneer deze claim oneerlijk is, namelijk onder het toepassingsgebied van de richtlijn valt, wordt deze milieucclaim verboden.¹²⁵

2.4.1.2. Dwaling

92. Dwaling is een nietigheidgrond waar consumenten zich op kunnen beroepen wanneer ze geconfronteerd worden met *greenwashing*. Het Burgerlijk Wetboek stelt het volgende: "*Dwaling is alleen dan een nietigheidgrond indien een partij op een verschoonbare wijze een verkeerde voorstelling heeft van een element dat voor haar doorslaggevend is geweest om het contract te sluiten, terwijl de wederpartij op de hoogte was of behoorde te zijn van dit doorslaggevend*

¹²⁰ HvJ 19 september 2013, C-435/11, ECLI:EU:C:2013:574, 'CHS Tour Services GmbH / Team4 Travel GmbH'. B. KEIRSBILCK, "Oneerlijke handels- en beroepspraktijken jegens consumenten (2008-2014)", *TPR* 2016, 252-291.

¹²¹ Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken en art. VI.83 WER.

¹²² C. BORUCKI, "Als de vos de passie preekt... Corporate greenwashing als misleidende handelspraktijk", *DCCR* 2018, 31-55.

¹²³ Med.(Comm.) met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29 december 2021, 2021/C526/01.

¹²⁴ Med.(Comm.) met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29 december 2021, 2021/C526/01.

¹²⁵ Med.(Comm.) met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29 december 2021, 2021/C526/01.

karakter".¹²⁶ Bij groene claims gaan consumenten een aankoopbeslissing nemen op basis van de informatie die aan hen verstrekt werd door de onderneming. Wanneer achteraf blijkt dat de informatie niet correct is, kan er gesteld worden dat de consument heeft gedwaald en de overeenkomst nietig verklaard zou moeten worden.

93. Opdat er sprake zou zijn van dwaling dient er een fout voorhanden te zijn, die bijkomend verschoonbaar moet zijn. In het licht van de casuïstiek van dwaling kan een fout het best worden omschreven als de afwezigheid van overeenstemming tussen de verklaarde en de werkelijke wil met betrekking tot een element dat essentieel is geweest voor een contractpartij om de transactie te hebben gesloten. Het Hof van Cassatie vereist bijkomend dat de andere contractpartij op de hoogte was, of had moeten zijn, van het belang dat door diens contractpartij aan dit element, waarover gebrek aan overeenstemming is, wordt gehecht.¹²⁷ Dwaling hanteert een subjectieve benadering en er wordt gekeken naar de concrete omstandigheden. *Greenwashing* zou onder de norm van dwaling kunnen vallen wanneer men bijvoorbeeld stelt dat een product uit 30 procent gerecycleerd materiaal bestaat en dit de reden is geweest voor de consument om het product te kopen. Wanneer achteraf blijkt dat het product helemaal niet uit gerecycleerd materiaal bestaat, dan is er geen overeenstemming tussen de verklaarde en de werkelijke wil door de foutieve voorstelling van het product door de verkoper. Het is wel essentieel dat de transactie niet zou hebben plaatsgevonden indien dat element niet aanwezig zou zijn. De bewijslast ligt hierbij bij de consument en in de praktijk is het moeilijk om aan te tonen dat de impact van een product op het milieu essentieel is geweest in de aankoopbeslissing. Men kan ook niet al te gemakkelijk aannemen dat er sprake is van dwaling aangezien de sanctie hiervan de nietigheid van de overeenkomst is, wat vaak verregaand kan zijn.¹²⁸

2.4.1.3. Niet-conformiteit

94. Het is ook mogelijk om *greenwashing* te bestraffen onder het leerstuk van de niet-conforme levering. Indien de handelaar bij de verkoop van een lichamelijk roerend goed aan een consument, expliciet bepaalde duurzaamheidsaspecten koppelt aan het product, maar bij de levering van het product blijkt dat het product niet aan deze eigenschappen voldoet, is er sprake van een conformiteitsgebrek.¹²⁹ De toepassing van deze rechtsfiguur is beperkt tot consumptiegoederen.¹³⁰ Bij de toepassing van niet-conformiteit dient het consumptiegoed verplicht te voldoen aan zowel de subjectieve als de objectieve conformiteitsvereisten. Bij het stellen van valse milieucclaims zijn de subjectieve conformiteitsvereisten van belang. Het consumptiegoed moet verplicht voldoen aan de beschrijving en de andere kenmerken die aan het product gekoppeld worden, opdat deze conform is.¹³¹ Wanneer dit niet het geval is, is er sprake van een niet-conforme levering.

95. Het is de verkoper die dient in te staan voor het conformiteitsgebrek. Een mogelijke remedie is herstel in natura, waarbij de consument vrij de keuze heeft tussen de herstelling of de vervanging van het product.¹³² Echter lijkt dit niet de meest aangewezen oplossing. Het is moeilijk om het

¹²⁶ Art. 5.34 BW.

¹²⁷ D. PHILIPPE, "L'erreur : substance et aléa", *TBBR* 2022, 530-536.

¹²⁸ J.E.S. HAMSTER, "Vijftig tinten groen – de vele civiele kleuren van greenwashing", *NTBR* 2022, 9.

¹²⁹ J.E.S. HAMSTER, "Vijftig tinten groen – de vele civiele kleuren van greenwashing", *NTBR* 2022, 9 en art. 1649ter BW.

¹³⁰ Art. 1649bis §1 o4 BW.

¹³¹ Art. 1649ter §2 BW.

¹³² Art. 1649quinquies BW.

product te herstellen, opdat het wel aan de gestelde duurzaamheidsaspecten voldoet. Bijvoorbeeld, een kledingwinkel dat stelt dat hun product uit 50 procent gerecycleerd materiaal bestaat, terwijl dit in werkelijk helemaal niet zo is. Kiezen voor herstellen zou betekenen dat men de materialen van een product moet vervangen naar iets wat men niet in het bezit heeft. Indien de consument zou kiezen voor een vervanging doet zich een gelijkaardig probleem voor. Het is namelijk niet mogelijk voor de verkoper om het product te vervangen door hetzelfde product dat wel aan de gestelde duurzaamheidsclaim voldoet, want deze duurzaamheidsclaim is gelogen. Indien de verkoper weigert de herstelling of vervanging uit te voeren of dit door omstandigheden niet mogelijk is om uit te voeren, kan de consument kiezen voor een prijsvermindering of voor de ontbinding van de overeenkomst.¹³³ Deze secundaire remedie is een betere optie. Desalniettemin is het niet mogelijk voor de consument om de overeenkomst te ontbinden indien het conformiteitsgebrek gering is.¹³⁴ Er wordt hierbij gekeken naar de waarde van het product, het nut dat het product heeft voor de consument met het gebrek en de last die het gebrek voor de consument oplevert.¹³⁵ Indien de duurzaamheidsaspecten van een product niet genoeg doorwegen dan zal enkel de prijsvermindering als remedie overblijven. Bijgevolg is de leer van de niet-conformiteit niet de meest aangewezen manier om *greenwashing* aan te pakken. Dit omdat de remedies niet tegemoetkomen aan de problemen die consumenten ondervinden bij gevallen van *greenwashing*.

96. Zoals hierboven weergegeven zijn er verschillende regelgevende kaders waaronder *greenwashing* kan vallen. In de praktijk zal dit afhangen van de concrete casus. De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, en omgezet de artikelen in het WER, vormen een mogelijkheid om op te treden tegen *greenwashing*, maar het beschermt de consument niet tegen alle gevallen van *greenwashing*. Opdat een beter sluitend regelgevend kader van *greenwashing* tot stand kan komen, waarbij *greenwashing* beter aangepakt wordt en consumenten beter beschermd zijn tegen deze onrechtmatige praktijken, wordt het optreden van de wetgever vereist.

2.4.1.4. Tussentijds besluit

97. Er zijn verschillende soorten *greenwashing*. Er kan sprake zijn van *greenwashing* waarbij de duurzaamheidsclaim gebaseerd is op incorrecte informatie. Bijvoorbeeld stellen dat een product "biologisch afbreekbaar" is terwijl dit niet klopt, of men dit niet kan bewijzen. In dit geval is er sprake van een misleidende handelspraktijk. Dit omdat er onjuiste informatie wordt meegedeeld aan de consument en dit ervoor kan zorgen dat deze een aankoopbeslissing (zou kunnen) nemen die hij anders niet zou hebben genomen.¹³⁶ Hierbij dient in het achterhoofd gehouden te worden dat de consument een groeiende interesse heeft voor duurzame producten. Bij het aanschaffen van een product houdt de consument rekening met de impact ervan op het milieu. Het is om deze redenen dat de aankoopbeslissing beïnvloed kan worden door valse duurzaamheidsclaims. Het is ook mogelijk dat de duurzaamheidsclaim informatie bevat die feitelijk correct is, maar nog steeds de consument (zou kunnen) misleiden omdat er een algemeen beeld wordt geschetst dat niet strookt met de werkelijkheid. Dit zet de consument ertoe aan een aankoopbeslissing te nemen die hij met kennis

¹³³ Art. 1649quinquies §5 BW.

¹³⁴ Art. 1649quinquies §5 lid 2 BW.

¹³⁵ S. GEIREGAT, "Remedies bij consumentenkoop", *NJW* 2023, 802-803.

¹³⁶ Art. 6 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

van alle elementen niet zou hebben genomen.¹³⁷ Het is in dit laatste geval van belang dat de consument (kan worden) misleidt met betrekking tot de voornaamste kenmerken van een product. Dit kan met bijvoorbeeld de samenstelling van het product, bijvoorbeeld claimen dat een product bestaat uit een bepaald percentage gerecycleerd afval. Maar ook het enige milieuvriendelijke aspect aan het product sterk benadrukken, terwijl het product over het algemeen een negatief effect heeft op het milieu, kan de consument misleiden. Daarenboven kan er sprake zijn van een misleidende handelspraktijk indien de duurzaamheidsclaim gebaseerd is op vage en algemene milieuvoordelen, bijvoorbeeld stellen dat het product “milieuvriendelijk” of “groen” is, zonder verdere verantwoording. Dit kan de consument bedriegen en hem een aankoopbeslissing laten nemen die hij anders niet zou hebben genomen. Dit omdat zo een vage en algemene claim het beeld kan schetsen dat het product een positief effect heeft op het milieu, terwijl deze termen voor interpretatie vatbaar zijn.¹³⁸ Het is ook gemakkelijk om aan te tonen dat een duurzaamheidsclaim een misleidende handelspraktijk vormt, aangezien er niet moet worden aangetoond dat de consument daadwerkelijk werd misleidt, maar enkel dat dit een mogelijkheid is.¹³⁹

98. Bijkomend ligt de bewijslast voor de duurzaamheidsclaim bij de handelaar zelf. Het is deze laatste die de juistheid van zijn claim zal moeten bewijzen.¹⁴⁰ Indien de handelaar niet de nodige bewijzen kan voorleggen ter staving van de door hem gestelde duurzaamheidsclaim, dient de rechter de desbetreffende claim als onjuist te bestempelen.¹⁴¹ Een concrete beoordeling van iedere casus is dus vereist.

99. Er kan geconcludeerd worden dat verschillende vormen van *greenwashing* onder de grote algemene norm van een oneerlijke handelspraktijk, onder de kleine norm van een misleidende handelspraktijk of onder de zwarte lijst van een oneerlijke handelspraktijk kunnen vallen. Desondanks zijn er verschillende soorten van *greenwashing* die buiten de reikwijdte van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken vallen. Denk bijvoorbeeld aan een duurzaamheidsrapport dat een onderneming publiceert over hun “duurzame” prestaties, terwijl deze niet overeenkomen met de werkelijkheid. Dit wordt niet beschouwd als een handelspraktijk omdat de publicatie ervan geen handelspraktijk uitmaakt van een handelaar jegens een consument. Dit omdat het niet rechtstreeks slaat op de verkoopbevordering of de verkoop of de levering van een product. Hetzelfde geldt voor de vormen van reclame die mondeling gebeuren, bijvoorbeeld tijdens een speech van een bestuurder van de onderneming of de mondelinge reclamespots die worden ingesproken door een derde over de “duurzame” handelspraktijken van een onderneming en vervolgens uitgezonden. Deze personen doen aan *greenwashing*, maar vallen buiten het toepassingsgebied van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Dit omdat er geen sprake is van een handelspraktijk van een handelaar jegens een consument en het niet rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering of de verkoop van een product door een handelaar aan de consument. Ook voor impliciete milieuclaims is het moeilijk om dit te kunnen aantonen. Hierbij maakt een onderneming bijvoorbeeld gebruik van

¹³⁷ Art. 6 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹³⁸ Med.(Comm.) met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29 december 2021, 2021/C526/01.

¹³⁹ Art. 6 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹⁴⁰ C. BORUCKI, “Als de vos de passie preekt... Corporate greenwashing als misleidende handelspraktijk”, *DCCR* 2018, 31-55.

¹⁴¹ Art. 12 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

afbeeldingen van groene landschappen of symbolen, zonder expliciet een groene claim te stellen. Echter kunnen deze beelden de indruk wekken dat het bedrijf groener is dan dat ze in werkelijkheid is. Dit omdat deze claims impliciet associaties maken met duurzaamheid, zonder dat het bedrijf zichzelf of diens product expliciet als “duurzaam” bestempeld. Vanwege het gebrek aan definitie van een milieclaim is het mogelijk dat deze impliciete claims buiten het toepassingsgebied van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijk vallen. Bijgevolg kunnen deze impliciete milieclaims in grote mate bijdragen aan de misleiding van de consument.¹⁴²

2.4.2. Verenigde Staten

2.4.2.1. FTC Act

100. Voor het bestaan van de *Federal Trade Commission* (Hierna: FTC) heerste vooral de Latijnse uitdrukking *caveat emptor*. Dit principe houdt in dat de koper verantwoordelijk is voor de kwaliteit, en bijgevolg ook voor de duurzaamheid van het gekochte product. Het risico ligt bij de koper. Daarom werd er een oproep gedaan aan consumenten om alert zijn op hun aankopen. Niettemin bestaat er een aanzienlijk verschil tussen de kennis waarover de verkoper van het product beschikt en de kennis waarover consumenten beschikken met betrekking tot de kwaliteit van het product. Er waren weinig mogelijkheden voor de consument die het slachtoffer werd van een misleidende handelspraktijk. Één van de weinige mogelijkheden voor de consument was om te vorderen op basis van bedrog, maar dan moest er voldaan zijn aan de voorwaarden van bedrog. Dit was een struikelblok, aangezien het concrete geval van *greenwashing* niet altijd onder bedrog valt. De Verenigde Staten hanteerde een *laissez faire* behandeling waarbij de consument aan zijn lot werd overgelaten. Vandaar dat de individuele staten van de Verenigde Staten zelf het initiatief namen om consumentenbeschermingswetten op te stellen. Zo werd er in 1911 een model statuut, genaamd “*Printer’s Ink Model Statute*” gepubliceerd. Dit statuut verbood een adverteerder om schriftelijke valse of misleidende advertenties uit te brengen. Het was zelfs niet vereist dat de adverteerder de bedoeling had om de consument te misleiden. Het aantal individuele staten dat wetgeving aannam waarin valse advertenties verboden werd, nam met de tijd toe. In 1914 werd er dan op federaal niveau initiatief genomen op het gebied van consumentenbescherming. Zo kwam de FTC tot leven.¹⁴³

101. De FTC is een federaal agentschap dat zich bezighoudt met het beschermen van consumenten, maar ook met het beschermen van de concurrentie tussen ondernemingen, tegen oneerlijke handelspraktijken. Oneerlijke handelspraktijken wordt ruim geïnterpreteerd en zowel misleidende handelspraktijken als concurrentiebeperkende handelspraktijken vallen hieronder. De FTC Act is een wet waardoor de FTC over de bevoegdheid beschikt om oneerlijke handelspraktijken te voorkomen en om sancties of andere vormen van compensaties op te leggen voor de handelspraktijken die schadelijk zijn voor de consumenten of de concurrentie. De FTC is de federale waakhond van de consumentenbescherming en handelt in het kader van het algemeen belang.¹⁴⁴ De FTC kan oneerlijke handelspraktijken voorkomen door onder meer regels uit te vaardigen die oneerlijke handelspraktijken definiëren, of vereisten vast te stellen waaraan bepaalde handelspraktijken moeten voldoen teneinde legaal te zijn. Daarenboven is de FTC bevoegd om zelf

¹⁴² J.E.S. HAMSTER, “Vijftig tinten groen – de vele civiele kleuren van greenwashing”, *NTBR* 2022, 9.

¹⁴³ A. SHANOR, S.E. LIGHT, “Greenwashing and the First Amendment”, *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

¹⁴⁴ A. SHANOR, S.E. LIGHT, “Greenwashing and the First Amendment”, *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

informatie te verzamelen en onderzoek uit te voeren binnen het bepaalde toepassingsgebied. De FTC kan ook rapporten en aanbevelingen uitbrengen aan het Congres.¹⁴⁵

102. Voor de bestrijding van greenwashing is sectie vijf van de FTC Act van belang. Deze sectie stelt dat oneerlijke of bedrieglijke handelspraktijken onrechtmatig worden verklaard. Sectie vijf van de FTC Act geeft de FTC ruime bevoegdheid om een regelgevend kader op te stellen voor de bestrijding van *greenwashing*. De FTC Act geeft de FTC de bevoegdheid om op te treden wanneer het gegronde reden heeft om aan te nemen dat een persoon of onderneming gebruik maakt van misleidende handelspraktijken. Het is aan de FTC om deze onderneming of persoon vervolgens te vervolgen op basis van sectie vijf van de FTC Act. Het is niet mogelijk voor een consument om een vordering in te stellen op grond van sectie vijf van de FTC Act.¹⁴⁶ Volgens de FTC kan een misleidende handelspraktijk uit een voorstelling van feiten, uit een omissie of uit een handelspraktijk voortkomen. Indien deze voorstelling, omissie of handelspraktijk een consument, die in de concrete omstandigheden op redelijke wijze handelt, waarschijnlijk zal misleiden, is er sprake van een misleidende handelspraktijk. Volgens de FTC is er van een oneerlijke handelspraktijk sprake wanneer de handelspraktijk *“substantiële schade voor consumenten veroorzaakt of waarschijnlijk zal veroorzaken, die redelijkerwijs niet door de consumenten zelf kan worden vermeden en die niet wordt gecompenseerd door compenserende voordelen voor consumenten of voor de concurrentie.”*¹⁴⁷

103. Teneinde een inbreuk op sectie vijf van de FTC Act vast te stellen dienen er drie elementen voorhanden te zijn. Ten eerste dient er sprake te zijn van een voorstelling van feiten, een omissie of een handelspraktijk die de consument waarschijnlijk zal misleiden. Dit wordt ruim geïnterpreteerd en kan gaan om uitspraken, afbeeldingen, labels, enzovoort. Hier vallen niet alleen valse milieuclaims, maar ook impliciete milieuclaims onder. Een advertentie kan misleidend zijn zelfs wanneer de gestelde claim waar is en de verkoper de claim kan ondersteunen met bewijs. Ter illustratie een oude zaak van de FTC tegen Colgate-Palmolive Co.¹⁴⁸ waarin een televisieadvertentie onder misleidende reclame viel. In de reclamespot werd er scheerschuim aangebracht op schuurpapier en dit werd schoon gescheurd. In werkelijkheid was er sprake van gesimuleerd schuurpapier, er werd in de reclame geen gebruik gemaakt van echt schuurpapier. In dit geval kon de onderneming zelfs bewijzen dat het schuurpapier wel degelijk met scheerschuim gescheurd kon worden. Echter was dit niet voldoende voor de onderneming om niet veroordeeld te worden. Het Hooggerechtshof was van mening dat de consument misleidt wordt omdat deze ervan uitgaat dat ze het bewijs van de claim hadden gezien met hun eigen ogen in de reclamespot.¹⁴⁹

104. Ten tweede dient de bovengenoemde voorstelling van feiten, omissie of handelspraktijk waarschijnlijk een consument te misleiden, die in de concrete omstandigheden redelijk handelt. Het is niet vereist dat de consument effectief wordt misleid. De claim moet enkel over het vermogen om te misleiden beschikken. De kans dat de consument wordt misleid moet bijgevolg verhoogd zijn. Een

¹⁴⁵ K.A. WEST, “Goodbye to Greenwashing in the Fashion Industry: Greater Enforcement and Guidelines, *N.C. L. Rev.* 2023, 841-870.

¹⁴⁶ A. SHANOR, S.E. LIGHT, “Greenwashing and the First Amendment”, *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

¹⁴⁷ X, *A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigate, Law Enforcement, and Rulemaking Authority*, 2021, [A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigative, Law Enforcement, and Rulemaking Authority | Federal Trade Commission \(ftc.gov\)](https://www.ftc.gov/pressroom/2021/04/brief-overview-of-the-ftc-commission-s-investigative-law-enforcement-and-rulemaking-authority).

¹⁴⁸ U.S. Supreme Court, 5 april 1965, nr. 152-3205, *FTC v. Colgate-Palmolive Co.*, <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/380/374/>.

¹⁴⁹ A. SHANOR, S.E. LIGHT, “Greenwashing and the First Amendment”, *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

visueel beeld beschikt ook over het vermogen om de consument te misleiden. Zo werd in een zaak van de American Home Products Corporation tegen de FTC¹⁵⁰ beslist dat de reclame misleidend was, niet op basis van de tekst in de advertentie, maar op basis van de auditieve-visuele boodschap die overgebracht werd aan de kijker. Het is van belang dat de claim van die aard is dat een redelijk handelende consument erop zou vertrouwen.¹⁵¹

105. Ten derde dient de claim van materieel belang te zijn. Men dient zich af te vragen of de consument een andere aankoopbeslissing zou hebben genomen zonder de misleiding. De misleidende handelspraktijk moet een effect hebben op het beslissingsgedrag van de consument. Deze voorwaarden wordt geacht voldaan te zijn bij alle uitdrukkelijke claims en bij alle opzettelijke impliciete claims. Deze voorwaarden zijn ook voldaan bij claims die betrekking hebben op gezondheid, veiligheid of andere gebieden waarover een redelijke consument bezorgd zou zijn. Hieronder vallen ook claims die betrekking hebben op het doel, de veiligheid, de kwaliteit, de kosten van het product of de dienst, de duurzaamheid of een bevinding van een andere instantie met betrekking tot het product. Er wordt bij deze voorwaarden vanuit gegaan dat reclame over het vermogen beschikt om de consument te beïnvloeden. Dit wordt algemeen geaccepteerd en hoeft niet aangetoond te worden. Wanneer aan deze drie voorwaarden is voldaan, is er een schending van de FTC Act, waardoor de FTC een vordering tegen de onderneming kan instellen.¹⁵²

106. Daarnaast beschikt de FTC over een grote onderzoeksbevoegdheid. De FTC kan op eigen initiatief een onderzoek starten. Daarenboven kan de FTC op verzoek van een overheidsinstantie, een rechterlijke instantie of een verzoek uitgaande van de burgers een onderzoek instellen. Wanneer uit het onderzoek van de FTC blijkt dat er sprake is van oneerlijke of misleidende handelspraktijken, kan de FTC in eerste instantie een waarschuwing geven. In deze waarschuwing kan de FTC de onderneming waarschuwen dat ze mogelijks in strijd handelen met de FTC Act en hun verzoeken om de FTC Act na te leven. Bijkomend kan de FTC, zelfs zonder een voorafgaande waarschuwing, een administratieve of gerechtelijke procedure starten. Via een administratieve procedure kan de rechter de onderneming dwingen de oneerlijke of misleidende handelspraktijk stop te zetten. Terwijl er via een gerechtelijke procedures ook burgerlijke sancties kunnen opgelegd worden.¹⁵³

107. Teneinde de werkwijze van de FTC te verduidelijken wordt een rechtszaak van de FTC tegen Kmart Corporation besproken. Kmart is een Amerikaanse keten van warenhuizen die, volgens de FTC, valse en niet onderbouwde duurzaamheidsclaims stelde. Zo claimde de onderneming dat hun papieren producten biologisch afbreekbaar waren. Volgens de *Green Guides* dient de juistheid van dergelijke claims onderbouwd te kunnen worden aan de hand van wetenschappelijk bewijs. Dit was niet voorhanden. Met als doel de consument te beschermen en misleiding van de consument te voorkomen, stelde de FTC een rechtsvordering in tegen Kmart wegens schending van de FTC Act. Echter hebben Kmart en de FTC de zaak minnelijk kunnen schikken. Er werd overeengekomen dat er niet meer wordt beweerd dat hun producten (biologisch) afbreekbaar zijn, tenzij deze stelling

¹⁵⁰ U.S. Court of Appeals, 3 december 1982, nr. 81-2920, American Home Products Corporation v. FTC, https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/American-Home-Products-695_F.2d_681.pdf.

¹⁵¹ A. SHANOR, S.E. LIGHT, "Greenwashing and the First Amendment", *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

¹⁵² A. SHANOR, S.E. LIGHT, "Greenwashing and the First Amendment", *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

¹⁵³ K.A. WEST, "Goodbye to Greenwashing in the Fashion Industry: Greater Enforcement and Guidelines", *N.C. L. Rev.* 2023, 841-870.

klopt, de consument niet misleidt en gestaafd kan worden door betrouwbaar wetenschappelijk bewijs.¹⁵⁴

108. In de FTC Act kan een gelijkenis gezien worden met de Europese Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Beide zijn bindende wetgevende instrumenten. Het doel van zowel de FTC Act, als de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken is de bescherming van de consument. Beide wetgevende instrumenten proberen misleidende claims in het algemeen te bestrijden. Er wordt niet specifiek ingegaan op de misleidende groene claims. Toch worden deze wetgevingsinstrumenten in de praktijk zo geïnterpreteerd dat ook *greenwashing* onder het toepassingsgebied valt. Beide wetgevende instrumenten zijn zowel van toepassing in de relatie tussen consumenten en ondernemingen, als in de relatie tussen ondernemingen onderling. Een verschil is dat er bij de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken sprake is van een zwarte lijst. De handelspraktijken in deze zwarte lijst zijn te allen tijde onrechtmatig. Zo een zwarte lijst zou handig kunnen zijn in de Verenigde Staten. In sectie vijf van de FTC Act zou een zwarte lijst kunnen opgenomen worden waarin bepaalde milieucclaims met bijvoorbeeld vage termen zoals "klimaatneutraal" en "groen" automatisch als een misleidende claim wordt bestempeld. Verder gaat de FTC Act uit van de Federal Trade Commission, dit is een federaal agentschap dat instaat voor de bescherming van de consument. De FTC Act gaat uit van een nationale instantie met een specifiek toepassingsgebied. Er is, in tegenstelling tot in Europa, geen overkoepelende regeling voor het hele continent.

2.4.2.2. Green Guides

109. De kritiek op sectie vijf van de FTC Act betrof de onduidelijkheid omtrent de definitie van duurzaamheidsclaims en de specifieke omstandigheden waarin deze claims als misleidend zouden worden beschouwd.¹⁵⁵ Daarom heeft de FTC in 1992 richtlijnen uitgevaardigd die *Green Guides* worden genoemd, deze werden voor het laatst gewijzigd in 2012. De *Green Guides* zetten principes en regels uiteen die de ondernemingen in acht moeten nemen bij het stellen van groene claims. Het volgen van deze regels zou moeten voorkomen dat ondernemingen misleidende milieucclaims, in strijd met de FTC Act, stellen. Deze *Green Guides* vormen richtlijnen bij de interpretatie van de FTC Act.¹⁵⁶ Alhoewel de *Green Guides* geen bindend instrument uitmaakt, kan de FTC een vordering instellen tegen een marketingclaim die in strijd is met de *Green Guides*. Er dient dan wel nog steeds worden aangetoond dat de milieucclaim in strijd is met sectie vijf van de FTC Act.¹⁵⁷

110. Het toepassingsgebied van de *Green Guides* is ruim en strekt zich uit over alle claims die betrekking hebben op de milieukeurmerken van een product, pakket of dienst in verband met de marketing, het aanbieden of verkopen van een product of dienst aan een individu. Verder zijn de *Green Guides* van toepassing op groene claims in de etikettering, reclame, promotiemateriaal en alle andere vormen van marketing op welk medium dan ook. De milieucclaim hoeft niet uitdrukkelijk gemaakt te zijn, ook impliciete claims gesteld door bijvoorbeeld symbolen of afbeeldingen vallen

¹⁵⁴ FTC, 15 Juli 2009, nr. C-4263, FTC v. Kmart Corp., <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/cases/2009/07/090717kmartdo.pdf>.

¹⁵⁵ K.A. WEST, "Goodbye to Greenwashing in the Fashion Industry: Greater Enforcement and Guidelines," *N.C. L. Rev.* 2023, 841-870.

¹⁵⁶ N. FEINSTEIN, "Learning from Past Mistakes: Future Regulation to Prevent Greenwashing," *B.C. Envtl. Aff. L. Rev.* 2013, 229-258.

¹⁵⁷ A. SHANOR, S.E. LIGHT, "Greenwashing and the First Amendment", *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.

onder het toepassingsgebied van de *Green Guides*. Deze opsomming is louter exemplatief zodat andere milieucclaims hier ook onder kunnen vallen.¹⁵⁸

111. Er zijn vier belangrijke principes terug te vinden in deze richtlijnen. Ten eerste moet elke claim voldoende duidelijk zijn en niet voor interpretatie vatbaar. De marketingclaim moet gebruik maken van begrijpelijke taal en de claim moet duidelijk leesbaar zijn. Ten tweede moet de milieucclaim duidelijk maken op welk specifiek product of onderdeel van een product het betrekking heeft. Dit omdat het mogelijk is voor een milieucclaim om enkel betrekking te hebben op de verpakking van het product, een dienst die bij het product hoort, of een onderdeel van het product. Deze specificatie is niet vereist wanneer de milieucclaim betrekking heeft op het hele product met uitzondering van een klein, incidenteel component van het product of de verpakking ervan. Ter illustratie van deze uitzondering maak ik gebruik van een voorbeeld vermeld in de *Green Guides*: wanneer er op een plastic waterfles "gerecycleerd" staat, gaat de consument ervanuit dat het hele flesje bestaat uit gerecycleerd materiaal. In dit geval bestond enkel de dop van het flesje niet uit gerecycleerd materiaal. Hier hoeft niet gespecificeerd te worden welk onderdeel van het product gerecycleerd is omdat de dop een klein, incidenteel component van het product uitmaakt. Hierdoor is er geen sprake van een misleidende claim. Als derde mag een milieucclaim niet op die manier geformuleerd zijn dat hun duurzaamheidsvoordelen worden overdreven. Wanneer de ecologische voordelen van een product verwaarloosbaar is, doet een onderneming er het beste aan om deze simpelweg niet te vermelden. Ter illustratie: op een vloerkleed wordt een label geplaatst met "50 procent meer gerecycleerd materiaal dan voorheen". De consument gaat ervanuit dat de fabrikant aanzienlijk meer gebruik heeft gemaakt van gerecycleerd materiaal. In feite had de fabrikant het gerecycleerde aandeel van het vloerkleed verhoogt van 2 procent naar 3 procent. Bijgevolg is dit een misleidende claim. De milieucclaim klopt technisch gezien, maar het ecologisch voordeel wordt overdreven. Tot slot moeten vergelijkende claims duidelijk stellen op basis waarvan de vergelijking wordt gemaakt. De vergelijking moet voldoende onderbouwd worden. Ter illustratie: een adverteerder stelt dat zijn glazen badkamertegels uit "20 procent meer gerecycleerd materiaal" bestaat. Het is hier niet duidelijk met wat er vergeleken wordt. Deze claim is bijgevolg niet conform de *Green Guides*.¹⁵⁹ De bovenstaande principes dienen als houvast voor ondernemingen bij het stellen van milieucclaims en dienen te voorkomen dat de consument wordt misleid.

112. Het nadeel aan deze *Green Guides* is dat ze niet bindend zijn, maar louter aanbevelingen.¹⁶⁰ Verder luidt de kritiek dat de FTC de term "duurzaam" niet heeft gedefinieerd. Dit maakt het mogelijk voor ondernemingen om deze term te gebruiken in hun milieucclaims zonder juridische consequenties te riskeren. Deze lacune in de *Green Guides* laat veel ruimte voor interpretatie vatbaar. Met als gevolg dat ondernemingen hiervan gebruik maken.¹⁶¹

¹⁵⁸ X, Part 260- Guides For The Use Of Environmental Marketing Claims, 2012, <https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/press-releases/ftc-issues-revised-green-guides/greenguides.pdf>.

¹⁵⁹ X, Part 260- Guides For The Use Of Environmental Marketing Claims, 2012, <https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/press-releases/ftc-issues-revised-green-guides/greenguides.pdf>.

¹⁶⁰ T.C. BRADLEY, *Likelihood of Eco-Friendly Confusion: Greenwashing and the FTC Green Guides*, *Landslide*, 2011, 39-64.

¹⁶¹ N. FEINSTEIN, "Learning from Past Mistakes: Future Regulation to Prevent Greenwashing", *B.C. Env'tl. Aff. L. Rev.* 2013, 229-258.

113. De *Green Guides* komen in grote mate overeen met de richtsnoer¹⁶² van de Europese Commissie met betrekking tot de toepassing van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Beide zijn niet bindende wetgevende instrumenten, beide vormen louter hulpmiddelen bij de interpretatie van zowel de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken als bij de FTC Act.

2.4.2.3. Organic Certification Standard

114. De U.S. Department of Agriculture (hierna: USDA) heeft een programma uitgebracht genaamd *The National Organic Program* (hierna: NOP). Vaak wordt er bij *greenwashing* gebruik gemaakt van vage algemene termen zoals "bio" of "eco". De term "biologisch" wordt ook vaak gebruikt om de consument te misleiden. Vandaar dat de NOP regels oplegt aan ondernemingen die hun producten willen labelen als "biologisch". De NOP verbiedt dat binnenlandse landbouwproducten als biologisch worden bestempeld, behalve wanneer het product in overeenstemming is met de nationale normen die opgelegd worden door de USDA. De NOP legt gedetailleerde voorschriften op die betrekking hebben op de productie-en verwerking van landbouwproducten. Wanneer er voldaan is aan de hierna gestelde vereiste verkrijgen de producten een biologische certificering. Vandaar dat naar deze vereisten worden verwezen als de biologische certificeringsnorm, ook wel de "*Organic Certification Standard*" genoemd.¹⁶³

115. Voor de producten die onder de bevoegdheid van de USDA vallen wordt er een onderscheid gemaakt tussen vier categorieën. Een product kan worden gelabeld als "biologisch" wanneer de ingrediënten minstens 95 procent biologisch zijn. Vanaf het moment dat de ingrediënten van een product voor minstens 70 procent biologisch zijn, mag het product worden gelabeld als "gemaakt uit biologische ingrediënten". Wanneer er dus niet minstens 70 procent biologische ingrediënten aanwezig zijn in het product, mag het product niet "biologisch" worden genoemd. Wanneer een onderneming of producent het product als "biologisch" wil labelen, moet het een aanvraag indienen bij de USDA ter bevestiging en mag zich verder verwachten aan jaarlijkse inspecties op de naleving van de NOP. Wanneer het product niet meer in lijn is met de NOP vereisten, kan het certificaat worden herroepen. De USDA beschikt ook over de mogelijkheid om burgerlijke sancties op te leggen aan producenten die handelen in strijd met de NOP. Een kritiek op de NOP is dat deze enkel producten viseert die geproduceerd worden in de Verenigde Staten. Geïmporteerde producten vallen dus buiten het toepassingsgebied van de NOP en op deze manier kunnen deze producenten wel nog valse milieucclaims stellen met betrekking tot de term "biologisch". Aan de andere kant biedt het NOP een hulpmiddel voor consumenten. Wanneer een product het label bevat dat toegekend werd door de USDA weten consumenten dat de milieucclaim correct is. Ondanks dat het programma zich niet specifiek richt tot het aanpakken van *greenwashing*, kan de NOP wel toegepast worden in het aanvechten van *greenwashing*.¹⁶⁴

116. De NOP kan gezien worden als een variant van de Europese Verordening 2018/848 van 30 mei 2018 inzake de biologische productie en de etikettering van biologische producten en tot

¹⁶² Med.(Comm.) met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29 december 2021, 2021/C526/01.

¹⁶³ N. FEINSTEIN, "Learning From Past Mistakes: Future Regulation To Prevent Greenwashing", *B.C. Envtl.Aff.L.Rev* 2013, 229-258.

¹⁶⁴ N. FEINSTEIN, "Learning from Past Mistakes: Future Regulation to Prevent Greenwashing", *B.C. Envtl. Aff. L. Rev.* 2013, 229-258.

intrekking van Verordening (EG) nr. 834/2007 van de Raad¹⁶⁵. Deze Europese Verordening geldt voor de biologische productie van allerlei producten waaronder zaden en teeltmateriaal, maar ook onverwerkte of verwerkte landbouwproducten, alsook voor de etikettering van biologische producten. Echter legt NOP enkel regels op aan ondernemingen die hun producten willen labelen als “biologisch” en niet aan andere vage termen zoals “ecologisch” of “klimaatneutraal”. Een verschil is dat er bij de Europese Verordening ook import onder het toepassingsgebied valt, dit in tegenstelling tot bij de NOP. Op dit gebied zou de Verenigde Staten best een voorbeeld nemen aan de Europese Unie.

2.4.2.4. Tussentijds besluit

117. Europa staat erom bekend wereldwijd een leider te zijn op het vlak van duurzaamheid. De Europese Unie staat veel verder dan de Verenigde Staten in het aannemen van een wettelijk kader waarin het openbaar maken van informatie met betrekking tot de duurzaamheid van een product verplicht is. Een verschil in aanpak is dat de wetgever in de Verenigde Staten een bedrijfsgerichtere aanpak hanteert. De Europese Unie heeft veel meer bindende en afdwingbare wetgeving in vergelijking met de Verenigde Staten. Dit geldt zowel op het gebied van de preventie, als op het gebied van de bestraffing van *greenwashing*.

118. Op dit moment worden ondernemingen in de Verenigde Staten enkel verplicht om informatie te delen die wezenlijk is voor de investeerder om een investeringsbeslissing te maken. Door een gebrek aan de definitie van “*wezenlijke informatie voor een investeerder*” is het moeilijk om aan te tonen dat niet aan de verplichting voldaan is.¹⁶⁶ Verder is er geen verplichting voor ondernemingen om de impact die de onderneming op het milieu heeft, openbaar te maken, of de duurzaamheidsrisico’s die de onderneming neemt openbaar te maken. In de Europese Unie worden ondernemingen verplicht deze informatie te delen op basis van de Transparantieverordening.

119. Desalniettemin vormt de strikte regulering inzake het gebruik van het woord “biologisch” door de NOP een goede nationale standaard in de bio-industrie. Het is jammer dat het toepassingsgebied van de NOP beperkt is tot het gebruik van het woord “biologisch” en zich niet strekt tot andere termen zoals “ecologisch”. De NOP zet duidelijke vereisten voorop, waardoor producenten kunnen kiezen of ze al dan niet aan deze vereisten willen voldoen en een biologische certificering willen ontvangen.

120. De FTC is het federaal agentschap dat verantwoordelijk is voor de bescherming van consumenten tegen oneerlijke en misleidende handelspraktijken. Het is deze organisatie die meer initiatief zou moeten nemen voor nieuwe wetgevende initiatieven tegen *greenwashing*. De FTC zou kunnen starten bij het reviseren van de *Green Guides*. Hierin zou bijvoorbeeld een definitie van duurzaamheid en meer concrete voorbeelden van misleidende claims in opgenomen kunnen worden. Een grootschalig internet onderzoek naar verschillende milieucclaims zou een duidelijk beeld kunnen

¹⁶⁵ Verord.Comm. nr. 2018/848, 30 mei 2018 inzake de biologische productie en de etikettering van biologische producten en tot intrekking van Verordening (EG) nr. 834/2007 van de Raad, *Pb.L.* 14 juni 2018.

¹⁶⁶ S. CHOI, “ESG METRICS: SAFEGUARD AGAINST GREENWASHING OR SAFE HARBOR FOR GREENWASHING?”, *Geo. Wash. J. Energy & Env’t L.* 2023, 27-41.

schetsen van wat er ontbreekt in de huidige wetgeving.¹⁶⁷ Een gelijkaardig onderzoek werd uitgevoerd naar aanleiding naar de laatste revisie van de *Green Guides* in 2012.¹⁶⁸

121. Op dit moment worden consumenten voornamelijk beschermd tegen valse groene claims op basis van sectie vijf van de FTC act en de *Green Guides*. Desalniettemin kunnen consumenten zelf geen vordering instellen op basis van de FTC Act. Het is aan de FTC zelf om de consumenten voldoende te beschermen tegen *greenwashing*. Dit houdt in dat de FTC per zaak moet nagaan of er sprake is van een schending van sectie vijf van de FTC Act en iedere overtreding van de FTC Act afzonderlijk moet vervolgen. Afhankelijk van de wetgeving die in de verschillende staten van de Verenigde Staten zijn geïmplementeerd is het mogelijk dat consumenten over meer rechtsgronden beschikken om *greenwashing* aan te vechten. Desalniettemin kan er geconcludeerd worden dat de federale wetgeving van de Verenigde Staten de consument niet voldoende beschermd tegen *greenwashing*. Het feit dat consumenten zelf geen vordering kunnen instellen op basis van de FTC Act zorgt ervoor dat de FTC Act niet zijn volle doel kan behalen. Aan de andere kant is er een inconsistentie in de federale wetgeving. Dit omdat ondernemingen wel over de mogelijkheid beschikken om zich te beroepen op federale wetgeving om *greenwashing* aan te pakken, in tegenstelling tot de consument.

122. Een gebrek aan de definitie van "*greenwashing*" en andere termen die essentieel zijn in kader van *greenwashing* zorgt ervoor dat ondernemingen aan vervolging ontsnappen en consumenten niet optimaal beschermd worden tegen misleidende groene claims. De *Green Guides* vormen een goede richtlijn voor ondernemingen om rechtmatige groene claims te stellen. De *Green Guides* zijn gedetailleerd, maar door een gebrek aan afdwingbaarheid lopen zij hun doel mis. Echter blijven er nog veel termen en symbolen, die vaak gebruikt worden in groene claims, ongedefinieerd. Dit zorgt voor rechtsonzekerheid.

¹⁶⁷ K.A. WEST, "Goodbye to Greenwashing in the Fashion Industry: Greater Enforcement and Guidelines", *N.C. L. Rev.* 2023, 841-870.

¹⁶⁸ N. FEINSTEIN, "Learning From Past Mistakes: Future Regulation To Prevent Greenwashing", *B.C. Env'tl. Aff. L. Rev.* 2013, 229-258.

3. Gedragswetenschap

123. Gedragswetenschappen is een manier om het recht vorm te geven door het gedrag van de consument te voorspellen. De doelstelling van de wet kan het best behaald worden indien deze gebaseerd is op gedragswetenschappelijke inzichten. Op dit moment worden de wetten ter bescherming van de consument opgesteld op basis van een voorspelbaar model van consumentengedrag, gemaakt door de Europese wetgever. Er wordt door de Europese wetgever vanuit gegaan dat de consument een "rationele beslisser" is. Dit terwijl de consument niet altijd een rationele beslissing neemt. Het is noodzakelijk dat de wetgeving wordt afgestemd op het werkelijk gedrag van de consument. Dit leidt tot een grotere kans op het behalen van doelstellingen van de wetgeving en het kan bijdragen aan rechtvaardigheid.¹⁶⁹

124. In dit hoofdstuk zal er geschetst worden wat er begrepen wordt onder het Europees model van de gemiddelde consument. Hoe wordt het gedrag van de Europese gemiddelde consument voorspeld? Vervolgens zal de *Expected Utility Theory* worden besproken. Dit is een gedragstheorie die het consumentenbeeld, dat de Europese Unie hanteert, ondersteunt. Verder zullen de kritieken op het Europees model van de gemiddelde consument worden blootgelegd. Een gedragstheorie dat uitgebreid besproken wordt, is de *Bounded Rationality*. Er wordt afgesloten met een tussentijds besluit.

3.1. Gedragseconomie

3.1.1. Verwacht gedrag van de Europese gemiddelde consument

125. Het is belangrijk om een beeld te schetsen van de gemiddelde consument die voor ogen wordt gehouden bij de toetsing van bepaalde handelingen aan de bestaande regelgeving. Er kan immers geen consistente toepassing van de regelgeving voorhanden zijn wanneer verschillende rechters verschillende percepties hebben van de gemiddelde consument bij de interpretatie van dezelfde wetgeving.

126. Echter werd er bij het Verdrag tot de oprichting van de Europese Economische Gemeenschap geen aandacht besteed aan het schetsen van een consumentenbeeld. De intentie tot het schetsen van een consumentenbeeld kwam er pas bij twee actieprogramma's van de Raad van de Europese Unie in 1975 en 1981. Hierin worden vijf fundamentele rechten toegekend aan de consument, alsook het recht om deze fundamentele rechten af te dwingen.¹⁷⁰ Het actieprogramma schetst vooralsnog geen duidelijk afgebakend beeld van wat onder een consument moet worden begrepen. Maar het actieprogramma verduidelijkt wel dat consumenten in staat gesteld moeten worden om een rationele aankoopbeslissing te kunnen maken op basis van de informatie die hen ter beschikking wordt gesteld.¹⁷¹

127. Er bleef echter een lacune achter met betrekking tot welk consumentenbeeld voor ogen gehouden dient te worden bij de toepassing van de regelgeving. Vandaar dat het Hof van Justitie in diens rechtspraak het standaardmodel van een gemiddelde consument tot leven bracht. Dit geldt als

¹⁶⁹ M. BUHRS, "Beleid, recht en gedrag - Waarom wetgevers en beleidsmakers zich meer zouden moeten verdiepen in de gedragswetenschappen", <https://behaviourclub.nl/beleid-recht-gedrag/>.

¹⁷⁰ G. STRAETMANS, "Naar een Europees consumentenbegrip?", *Jur. Falc.* 1991-1992, 11-41.

¹⁷¹ G. STRAETMANS, *Consument en markt: onderzoek naar de rechtspositie van de consument op de Europese interne markt : met de financiële sector als toetssteen*, Deurne, Kluwer, 1998, 637.

maatstaf voor de toetsing aan misleiding. Als uitgangspunt werd in de zaak *Gut Springenheide*¹⁷² gesteld dat de gemiddelde consument “*redelijk geïnformeerd, omzichtig en oplettend*”¹⁷³ is. Dit criterium werd erna voor het eerst neergeschreven in de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.¹⁷⁴ De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken heeft tot doel de consument te beschermen tegen oneerlijke handelspraktijken en de interne markt te vrijwaren, dit met zo min mogelijk overheidsingrijpen. Overheidsingrijpen geniet enkel de voorkeur wanneer de gemiddelde consument niet voldoende wordt beschermd. In deze Richtlijn wordt dus verwacht dat de rechters beoordelen of een consument misleid wordt door een handelspraktijk, ervan uitgaand dat de consument redelijk geïnformeerd, omzichtig en oplettend is. Desalniettemin was er nood aan bijkomende informatie met betrekking tot wanneer deze consument nu redelijk geïnformeerd, omzichtig en oplettend is.¹⁷⁵

128. De consument wordt gezien als de zwakke partij in een contractverhouding en daarom worden er regels gemaakt om hem te beschermen. De zwakheid van de consument ligt op het niveau van informatie. Dit omdat de consument over minder technische kennis van het product beschikt in vergelijking met de gespecialiseerde verkoper. Een consument die niet (voldoende of correct) geïnformeerd is, moet beschermd worden.¹⁷⁶ Er wordt niet van uitgegaan dat de consument kwetsbaar en naïef is. Dit zou tot gevolg hebben dat de overheid te veel zou moeten ingrijpen om de naïeve en kwetsbare consument te beschermen. Daarentegen wordt de gemiddelde consument gezien als een zorgvuldige beslisser. Deze zorgvuldige beslisser overloopt, voorafgaand aan het nemen van een beslissing, alle informatie met betrekking tot een aankoopbeslissing door. Indien deze informatie niet voorhanden is, wordt de consument geacht deze informatie zelf te bekomen. Op basis van deze informatie wordt de consument geacht redelijk geïnformeerd te zijn en een gepaste aankoopbeslissing te nemen.¹⁷⁷

129. Er wordt tevens vanuit gegaan dat de consument een rationele beslisser is. Hierdoor wordt er in feite een standaard beslissingsgedrag gekoppeld aan deze consument. Een rationele beslisser wordt verondersteld bewust een denkproces te ondergaan met betrekking tot de aankoopbeslissing, de voordelen tegen de nadelen op te wegen en zo tot een conclusie te komen. Echter wordt dit in de gedragswetenschappen betwist. Rationeel beslissen houdt in dat men niet alleen over een denkvermogen beschikt, maar er wordt tevens vanuit gegaan dat men dit denkvermogen gebruikt. De Europese wetgever gaat er dus vanuit dat de verkoper informatie over het product ter beschikking moet stellen aan de consument. Er wordt vanuit gegaan dat de consument deze informatie opneemt en verwerkt, zodat deze op basis van de ter beschikking gestelde informatie een aankoopbeslissing neemt. Dit proces is rationeel.¹⁷⁸

130. Verder gaat de Europese Commissie ervanuit dat hun beeld van de gemiddelde consument representatief is. Zij veronderstellen dat het hierboven besproken criterium van de gemiddelde

¹⁷² HvJ, 16 juli 1998, C-210/96, ECLI:EU:C:1998:369, ‘Gut Springenheide’.

¹⁷³ HvJ, 16 juli 1998, C-210/96, ECLI:EU:C:1998:369, ‘Gut Springenheide’, §37.

¹⁷⁴ Overweging 18 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹⁷⁵ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

¹⁷⁶ G. STRAETMANS, “Naar een Europees consumentenbegrip?”, *Jur. Falc.* 1991-1992, 11-41.

¹⁷⁷ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

¹⁷⁸ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

consument in lijn ligt met het gedrag van de meeste consumenten. Vandaar dat de hierboven beschreven gemiddelde consument wordt gehanteerd als het model voor het standaardgedrag van een consument.¹⁷⁹

3.1.2. Expected Utility Theory

131. De *Expected Utility Theory* is een gedragstheorie die het consumentenbeeld, dat de Europese Unie hanteert, ondersteunt. Het is een manier om uit te leggen hoe een rationele keuze gemaakt wordt. Het uitgangspunt van deze theorie is dat ingeval van onzekere uitkomsten, er altijd voor de optie wordt gekozen waar men het meest verwachte nut uithaalt. Van alle mogelijke opties en uitkomsten wordt het verwachte nut overwogen. Dit gebeurt op basis van de waarschijnlijkheid dat die gestelde handeling tot het verwachte nut zal leiden. Uiteindelijk wordt de optie met het meest verwachte (economische) nut gekozen. Hoe meer nut een handeling oplevert, hoe beter het is om deze optie te kiezen. Waarom zou de consument kiezen voor de handeling die hem het meeste nut oplevert? De *Expected Utility Theory* vertrekt vanuit de rationele basis waarbij rede en logica centraal staan en stelt juist dat het rationeel denkproces betrekking heeft op het maximaliseren van het potentiële nut.¹⁸⁰

132. Deze theorie ligt aan de basis voor het consumentenbeeld dat door de Europese Unie wordt gehanteerd. Want dit consumentenbeeld gaat uit van de consument als een rationele beslisser die zijn opties zorgvuldig overweegt en kiest voor de optie die hem het meest verwachte nut oplevert. De gemiddelde Europese consument is oplettend, zorgvuldig en omzichtig. Deze consument zou dus de verschillende opties overwegen en kiezen voor de optie die voor hem het voordeligst is.¹⁸¹

133. De *Expected Utility Theory* werd oorspronkelijk gezien als een beschrijvende theorie. Dit houdt in dat de theorie het gedrag beschrijft van hoe mensen beslissingen maken. Tegenwoordig is dit achterhaald. Er wordt recent in de gedragswetenschappen gepleit dat de *Expected Utility Theory* niet langer aansluit met hoe mensen werkelijk beslissingen nemen.¹⁸² Men stelt ook dat de *Expected Utility Theory* geen beschrijvende theorie meer is, maar eerder een normatieve theorie is geworden. Dit betekent dat het eerder een methode is om te beschrijven hoe mensen beslissingen zouden moeten nemen en hoe rationele mensen moeten reageren op onzekerheden. Het strookt niet langer meer met de realiteit.¹⁸³

3.1.3. Kritieken op het verwacht gedrag van de Europese gemiddelde consument

3.1.3.1. De consument als rationele beslisser

134. Aan de basis van het gedrag van de Europese gemiddelde consument ligt het feit dat een mens rationeel handelt en denkt. Echter wordt er bij deze veronderstelling geen rekening gehouden met het algemeen feit dat niemand perfect is en mensen regelmatig fouten maken. Op basis hiervan

¹⁷⁹ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

¹⁸⁰ R.A. BRIGGS, *Normative Theories of Rational Choice: Expected Utility*, Metaphysics Research Lab - Stanford University, 2023, [Normative Theories of Rational Choice: Expected Utility \(Stanford Encyclopedia of Philosophy\)](#).

¹⁸¹ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

¹⁸² M. MALECKA, "The normative decision theory in economics: a philosophy of science perspective. The case of the expected utility theory", *J. Econ. Methodol.* 2020, 36-50.

¹⁸³ R.A. BRIGGS, *Normative Theories of Rational Choice: Expected Utility*, Metaphysics Research Lab - Stanford University, 2023, [Normative Theories of Rational Choice: Expected Utility \(Stanford Encyclopedia of Philosophy\)](#).

kan er gesteld worden dat het huidige rationeel beeld van de consument terecht wordt bekritiseerd. Er werd reeds aangetoond dat onze cognitieve vaardigheden ons niet in staat stellen om altijd rationele beslissingen te nemen. Het is dus normaal om fouten te maken en niet altijd rationeel te beslissen. Ondernemingen kunnen een voordeel halen uit het feit dat het recht geen rekening houdt met de voorspelbare fouten in het consumentengedrag. De ondernemingen kunnen de consumenten die niet rationeel handelen, en bijgevolg niet voldoende beschermd worden door de wet, uitbuiten. Dit gaat niet alleen ten koste van de onwetende consument, maar ook van de andere handelaren die geen misbruik maken van de consument.¹⁸⁴

135. Een andere veronderstelling is dat indien de consument voldoende geïnformeerd wordt, deze een beslissing zal maken op basis van die verworven informatie. Het model van Europa voor de gemiddelde consument gaat ervanuit dat de rationele consument de ter beschikking gestelde informatie in zich opneemt en verwerkt. Ook deze veronderstelling mag niet als vanzelfsprekend worden beschouwd. Onderzoek heeft aangetoond dat dit op diverse manieren niet juist is. Sommige consumenten vinden het niet de moeite waard om aandacht te besteden aan de ter beschikking gestelde informatie. Dit terwijl andere consumenten wel bereid zijn moeite te doen, maar de informatie niet begrijpen of hier de verkeerde conclusie uit afleiden. Bijkomend is ook gebleken dat consumenten moeilijk de gevolgen van de verschillende opties kunnen inschatten. Dit kan leiden tot een andere uitkomst van hun denkproces, en zelfs tot een uitkomst die hun niet het meest verwachte nut oplevert. Uit het bovenstaande kan geconcludeerd worden dat de manier waarop consumenten beslissingen nemen niet altijd rationeel is en verschilt van persoon tot persoon.¹⁸⁵

3.1.3.2. De gemiddelde consument

136. Er wordt vanuit gegaan dat het Europees model van de gemiddelde consument een representatief model is. Dit wil zeggen dat ervanuit gegaan wordt dat het Europees model overeenkomt met het feitelijk gedrag van de meeste consumenten in Europa.

137. Kritiek op het Europese standaardmodel luidt dat het onmogelijk is om van een standaard gedrag te spreken. Dit omdat er twee soorten consumenten zijn. Er zijn consumenten die weinig ervaring hebben met betrekking tot een bepaald (soort) product en er zijn consumenten die reeds veel ervaring hebben opgedaan met betrekking tot een bepaald (soort) product. Deze laatste categorie heeft voldoende kennis opgedaan en heeft zelfs expertise op het gebied van het product. Er is met andere woorden een verschil tussen consumenten die veel ervaringen hebben op het gebied van het aankopen van een product en deze die nog niet veel ervaring hebben. De consumenten met veel ervaring verwerken de productgerelateerde informatie beter. Dit omdat zij reeds bekend zijn met de technische informatie van het product. Zij kunnen deze informatie beter linken aan de feitelijke context en zo een betere keuze maken met betrekking tot de transactie van het product. Dit terwijl de consumenten met geen tot weinig ervaring met betrekking tot het soort product de technische informatie moeilijk kunnen vatten en deze daarom ook links laten liggen. Dit verschil in voorafgaande kennis bij de consumenten leidt tot een ander beslissingsproces. De kritiek luidt dan ook in welke mate er wel degelijk gesproken kan worden van een representatief model. Zijn de

¹⁸⁴ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

¹⁸⁵ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

ervaren en onervaren consumenten in dit model betrokken? Indien dit niet het geval is, is de kans groot dat er misbruik gemaakt wordt van de onervaren en onwetende consument. Daarenboven blijft het nog steeds moeilijk om van een representatief model voor de gemiddelde Europese consument te spreken. Dit omdat er geen rekening wordt gehouden met de verschillen in persoonlijkheid van de consumenten en de verschillen in de mate waarin een consument geïnteresseerd en betrokken is in de informatie van het product. Dit kan in belangrijke mate invloed hebben op het beslissingsproces van de consument.¹⁸⁶

3.1.3.3. Bounded Rationality

138. De theorie van *bounded rationality* vormt een kritiek op het Europees standaardmodel van de gemiddelde consument. Deze theorie werd voor het eerst beschreven door de wetenschapper Herbert Alexander Simon. Destijds was de meerderheid van de wetenschappers het erover eens dat elke individu over een onbeperkt cognitief vermogen beschikt en uitsluitend beslissingen neemt in het voordeel van zijn eigen verwachte nut. Rationaliteit en de *Expected Utility Theory* overheerste. Simon was van mening dat deze rationaliteit niet onbegrensd is. Zijn theorie tracht het werkelijk gedrag van de consument te beschrijven, in plaats van het hypothetisch gedrag van de consument. Volgens hem is het niet mogelijk voor individuen om onbegrensd rationeel te handelen. Dit omdat er nooit alle informatie wordt doorgespeeld en het niet mogelijk is om alle mogelijke gevolgen van de handelingsopties in te schatten.¹⁸⁷ De theorie van de *bounded rationality* maakt gebruik van drie pijlers, genaamd "*bounds*". Deze pijlers zijn grenzen die worden gesteld aan drie essentiële aspecten, namelijk rationaliteit, eigenbelang en wilskracht van de mensen.¹⁸⁸ Deze pijlers spreken in feite de begrippen, die centraal staan in het Europees model van de standaard consument, tegen. Het gaat over begrippen zoals nutsmaximalisatie, dat werd beschreven in de *Expected Utility Theory* en de consument als rationele beslisser.¹⁸⁹

3.1.3.3.1. Bounded rationality

139. De eerste pijler is deze van de *bounded rationality*. In de klassieke gedragswetenschap wordt gesteld dat elk individu onbegrensd rationeel is. Maar de theorie van de *bounded rationality* stelt dat de rationaliteit van een individu zijn grenzen kent. Dit heeft betrekking op het cognitieve vermogen van de mens. Deze pijler stelt eigenlijk dat het vermogen van onze hersenen om goed te functioneren bij niemand perfect is. Ieder mens heeft zijn of haar gebreken. Dit betekent dat we niet altijd alles even goed onthouden of herinneren en de rekenvaardigen ook niet optimaal zijn. Verder wordt er ook gesteld dat er een gebrek is aan tijd voor ons cognitief vermogen om alle informatie te verwerken. Met andere woorden, de mens heeft cognitieve beperkingen wat hen ervan weerhoudt om in alle omstandigheden de ter beschikking gestelde informatie te verwerken in hun aankoopbeslissing. Hierdoor wordt er niet altijd een rationele beslissing genomen. Want bij het nemen van een rationele beslissing wordt er gebruik gemaakt van het cognitief vermogen om te denken.¹⁹⁰ In de plaats van het nemen van een rationele beslissing wordt er gebruik gemaakt van

¹⁸⁶ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

¹⁸⁷ M. CRISTOFARO, "Herbert Simon's bounded rationality: Its historical evolution in management and cross-fertilizing contribution", *JMH* 2017, 170-190.

¹⁸⁸ M.A. ASHRAF, "Theory of Boundedly Rational Planned Behavior: A New Model", *ZIREB* 2023, 1-28.

¹⁸⁹ C. JOLLS, R. SUNSTEIN, R.H. THALER, "A Behavioral Approach to Law and Economics", *SSRN* 1998, 80.

¹⁹⁰ C. JOLLS, R. SUNSTEIN, R.H. THALER, "A Behavioral Approach to Law and Economics", *SSRN* 1998, 80.

vuistregels en mentale “*shortcuts*” waarbij er snel een inschatting wordt gemaakt van de handelingsmogelijkheden. Dit leidt tot een andere uitkomst dan wat wordt voorspeld in de klassieke gedragswetenschappen. Deze pijler is van het meeste belang in het aantonen dat het Europees model voor de gemiddelde consument niet accuraat is. Bij dit Europees model wordt er immers geen rekening gehouden met deze cognitieve beperkingen van de mens. Dit draagt ertoe bij dat het werkelijk gedrag van mensen niet altijd overeenkomt met het voorspelde gedrag.¹⁹¹

3.1.3.3.2. *Bounded willpower*

140. Ten tweede is er de pijler van de *bounded willpower*. In tegenstelling tot de klassieke gedragswetenschappen houdt de *bounded willpower* in dat de wilskracht van elk individu begrensd is.¹⁹² Deze pijler gaat erover dat consumenten vaak beslissingen nemen die in strijd zijn met hun eigen langetermijnbelangen. Dit komt door een gebrek aan wilskracht. Een individu weet welke beslissing in diens eigen voordeel zou zijn, maar neemt toch een andere beslissing. Vaak wordt er ook een reserveplan opgesteld omdat ze weten dat ze niet zullen handelen in hun eigen belang. Een simpel voorbeeld kan gehaald worden uit het feit dat de meerderheid van de rokers liever niet wil roken, maar toch blijven ze roken. Vaak halen deze rokers als reserveplan medicijnen in huis of volgens ze een programma om te stoppen met roken. Want de eigen wilskracht om te stoppen met roken is beperkt. Juist omdat de wilskracht van individuen begrensd is, zijn deze vaak niet in staat om in alle omstandigheden een rationele beslissing te nemen.¹⁹³

3.1.3.3.3. *Bounded self-interest*

141. Tot slot heeft de derde pijler betrekking op de *bounded self-interest*. Dit spreekt de *Expected Utility Theory* in zekere zin tegen. Deze laatste theorie stelt dat mensen altijd voor de beslissing kiezen die voor hen het meeste economische nut oplevert. *Bounded self-interest* stelt eigenlijk dat het eigenbelang van een individu niet onbegrensd is. Individuen stellen namelijk ook handelingen die niet in hun eigen belang zijn.¹⁹⁴ Vaak wordt er gekozen voor een andere optie omdat dit andere mensen steunt. Echter staat dit niet lijnrecht tegenover de *Expected Utility Theory*. De *bounded self-interest* dient ruimer opgevat te worden. De pijler van de *bounded self-interest* stelt namelijk ook dat mensen kiezen voor de beslissing die hen het meeste nut oplevert. Maar in deze theorie draagt het steunen van anderen of het zorgen voor anderen, ook bij tot een zeker nut. Een voorbeeld uit het dagelijks leven betreft het vrijwilligerswerk. Economisch gezien verdien je hier veel minder mee dan met eender welke andere job. Dit levert niet veel economisch nut op. Maar volgens de *bounded-self-interest* draagt dit bij tot zorg voor andere mensen, wat voor de persoon zelf ook een bepaald nut oplevert. Dit is in tegenstelling tot de *Expected Utility Theory*, waar nut enkel gemeten wordt aan de hand van economische behoeften van mensen.¹⁹⁵

3.1.3.4. *Status Quo*

142. Andere studies uiten ook kritiek op de consument als “rationele beslisser” en de *Expected Utility Theory*. Deze houden namelijk enkel rekening het maximaal verwachte (economische) nut. Maar er wordt geen rekening gehouden met de waarde die consumenten hechten aan het behouden

¹⁹¹ M.A. ASHRAF, “Theory of Boundedly Rational Planned Behavior: A New Model”, *ZIREB* 2023, 1-28.

¹⁹² M.A. ASHRAF, “Theory of Boundedly Rational Planned Behavior: A New Model”, *ZIREB* 2023, 1-28.

¹⁹³ C. JOLLS, R. SUNSTEIN, R.H. THALER, “A Behavioral Approach to Law and Economics”, *SSRN* 1998, 80.

¹⁹⁴ M.A. ASHRAF, “Theory of Boundedly Rational Planned Behavior: A New Model”, *ZIREB* 2023, 1-28.

¹⁹⁵ C. JOLLS, R. SUNSTEIN, R.H. THALER, “A Behavioral Approach to Law and Economics”, *SSRN* 1998, 80.

van de *status quo*. Bij het nemen van een beslissing houdt de consument niet alleen rekening met het verwachte nut van iedere handelingsmogelijkheid. Wanneer een handeling echter niet in lijn staat met de huidige gang van zaken, wordt hier een negatieve waarde aan geplakt door de consument. Het is van groot belang voor de consument dat de huidige gang van zaken behouden blijft.

143. Een rationele consument zou alle gevolgen van alle handelingsopties overwegen en bijgevolg kiezen voor de handeling die hen het meeste verwachte nut oplevert. Maar wanneer de handelingsoptie die het meest verwachte nut oplevert de huidige gang van zaken verandert, zijn consumenten toch geneigd om een andere beslissing te nemen. Een beslissing die in lijn ligt met de huidige gang van zaken levert voor de consument ook nut op. Omdat men bij het toepassen van de *Expected Utility Theory* geen rekening houdt met de status quo komt deze theorie niet overeen met het werkelijk gedrag van de consument.¹⁹⁶

3.1.4. Tussentijds besluit

144. Het Europees model van een gemiddelde consument gaat ervanuit dat een consument "*redelijk geïnformeerd, omzichtig en oplettend*" is. Er wordt een rationeel beeld van de consument voor ogen gehouden. Dit houdt in dat een consument een afweging maakt van de mogelijke handelingsopties op basis van de ter beschikking gestelde informatie en op deze manier een beslissing neemt. Er wordt vanuit gegaan dat iedere consument over voldoende denkvermogen beschikt om dit rationeel denkproces te doorlopen. Daarenboven wordt de consument gezien als een zorgvuldige beslisser.

145. Niet alleen rationeel gedrag staat centraal in het Europees model van een gemiddelde consument, maar ook de *Expected Utility Theory*. Deze theorie veronderstelt dat een consument een beslissing neemt die hem het meest verwachte economische nut zal opleveren.

146. Echter kan er geconcludeerd worden dat het standaardmodel van de Europese Unie voor een gemiddelde consument achterhaald is. Zo stelt de theorie van de *bounded rationality* dat een consument niet tot in het oneindige rationeel handelt. Ieder mens heeft zijn gebreken, onze cognitieve vaardigheden zijn begrensd en onze herinneringen zijn beperkt. Dit zorgt ervoor dat het feitelijk menselijk gedrag in grote mate verschilt van het gedrag voorspeld op basis van de theorie van onbegrensde rationaliteit.

147. Ook de theorie van de *Expected Utility* kan niet blindelings worden toegepast op de gemiddelde consument. Consumenten nemen niet altijd beslissingen in hun eigen belang. De theorie van de *bounded self-interest* verklaart waarom consumenten een andere beslissing nemen dan deze die hun het meest verwachte economische nut oplevert. Verder stelt de *Expected Utility Theory* dat een consument enkel beslissingen maakt op basis van het verwachte nut dat de handeling hem oplevert. Dit is te kort door de bocht. Achter de intentie van het nemen van een beslissing schuilen ook emoties, herinneringen en verlangens van de consument. Het feit dat hier geen rekening mee wordt gehouden zorgt dat er geen correcte analyse van het consumentengedrag tot stand kan

¹⁹⁶ R.S. HARTMAN, M.J. DOANE, C. WOO, "Consumer Rationality and the Status Quo", *QJE* 1991, 141-162.

komen. Uit het bovenstaande kan geconcludeerd worden dat het standaardmodel van de gemiddelde consument niet meer met de realiteit strookt.¹⁹⁷

¹⁹⁷ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

4. Voorstel voor een nieuw regelgevend kader omtrent *greenwashing*

148. In dit hoofdstuk worden verschillende initiatieven van de Europese Commissie besproken teneinde een nieuw regelgevend kader omtrent *greenwashing* tot stand te brengen. De volgende initiatieven worden besproken: de Europese *Green Deal*, de Richtlijn Groene Claims en de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. De bestaande Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken werd reeds besproken, maar er ligt een voorstel op tafel om deze richtlijn te wijzigen. Het is essentieel om deze wetgevende initiatieven onder een vergrootglas te plaatsen. Dit om te evalueren of er wel degelijk sprake is van meer bescherming tegen de misleiding van de consument.

4.1. Europese *Green Deal*

4.1.1. Doel van de Europese *Green Deal*

149. In 2019 maakte de Europese Commissie de Europese *Green Deal* bekend. Het doel van deze *Green Deal* bestaat erin om van Europa het eerste klimaatneutrale continent te maken tegen 2050.¹⁹⁸ De bedoeling is om de economie te stimuleren, de volksgezondheid en de levenskwaliteit te verbeteren, de natuur te beschermen en iedere EU-burger zich hierbij betrokken te laten voelen. De Europese Unie wil hiermee dat hun economie wereldleider wordt op het gebied van het aanpakken van klimaat-en milieuproblemen.

150. Er worden niet alleen tal van nieuwe beleidsinitiatieven en maatregelen genomen in alle sectoren van de economie. Er wordt tevens ingezet om grondstoffen efficiënter te verbruiken, de uitstoot van broeikasgassen te verlagen, het model van de circulaire economie de standaardnorm te maken, enzovoort. Maar er wordt ook strenger gecontroleerd op de naleving van de huidige wetgeving die van belang zijn voor de Europese *Green Deal*.¹⁹⁹

4.1.2. Inhoud van de Europese *Green Deal*

151. De *Green Deal* tracht tegemoet te komen aan *greenwashing* via verschillende initiatieven. De Europese Commissie is van mening dat de consumenten in staat moeten zijn om over alle informatie van het product te beschikken zodat consumenten een aankoopbeslissing kunnen nemen met volledige kennis van zaken. Deze informatie dient bovendien betrouwbaar, vergelijkbaar en controleerbaar te zijn. Ondernemingen die duurzaamheidsclaims stellen moeten dit kunnen aantonen door middel van een standaardmethode voor milieueffectbeoordeling. Deze milieueffectbeoordeling bepaalt de milieuvoetafdruk van producten en organisaties. Op deze manier bekomen consumenten de nodige milieu-informatie, die betrouwbaar zou moeten zijn.

152. Verder haalt de *European Green Deal* het initiatief van een elektronisch productpaspoort aan. Dit elektronisch productpaspoort geeft de informatie weer betreffende de herkomst, de samenstelling van het product, de mogelijkheid tot reparatie en tot recyclage bij het einde van de levensduur. Het elektronisch productpaspoort zou digitaal zijn zodat iedere consument hier toegang tot heeft. Echter stelt zich de vraag wie de gegevens in het elektronisch productpaspoort invoert en wie de controle

¹⁹⁸ Med.(Comm.) aan het Europees Parlement, de Europese Raad, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de regio's betreffende de Europese Green Deal, 11 december 2019, COM(2019) 640 final.

¹⁹⁹ Med.(Comm.) aan het Europees Parlement, de Europese Raad, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de regio's betreffende de Europese Green Deal, 11 december 2019, COM(2019) 640 final.

hierop zal uitvoeren. Indien er geen controle wordt uitgeoefend op de gegevens die het elektronisch productpaspoort bevat, is dit elektronisch productpaspoort mogelijks onbetrouwbaar.

153. Hiernaast is de Europese Commissie van oordeel dat de overheid het goede voorbeeld moet tonen aan zijn burgers door middel van groene aanbestedingen. Vervolgens wil de Commissie meer middelen inzetten in de strijd tegen *greenwashing* door middel van verschillende regelgevende en niet-regelgevende initiatieven. Twee van deze regelgevende initiatieven worden hieronder besproken.²⁰⁰

154. De *European Green Deal* benadrukt ook het belang van de Taxonomieverordening voor de classificatie van ecologisch duurzame activiteiten. Groene investeringen worden aangemoedigd, zelfs noodzakelijk en deze investeringen zijn ook gewenst vanuit de private sector. De Europese Commissie is van mening dat ze meer ruimte moet maken om duurzame investeringen en beleggingen in de spotlight te plaatsen. Dit kan door ondernemingen te verplichten hun klimaat-en milieubeleid kenbaar te maken of duidelijke keurmerken te ontwikkelen voor beleggingen die aan de gestelde normen voldoen.²⁰¹

4.1.3. Kritiek op de Europese Green Deal

155. Op papier lijkt de milieueffectbeoordeling van producten aan de hand van een milieuvoetafdruk een mooi initiatief, maar het risico dat ondernemingen ook hier zullen trachten hun milieuvoetafdruk beter te laten lijken dan dat ze in werkelijk is, is groot. Wie zal er in de praktijk controleren op de juiste inschatting van de milieuvoetafdruk die ondernemingen aan hun organisaties en elk van hun producten geven? Hoe zal de milieueffectbeoordeling verlopen? Is de controle van deze productinformatie haalbaar in de praktijk?

156. De Europese Green Deal heeft het juiste doel voor ogen en de Europese Commissie beschikt over de nodige middelen om de doelstellingen te bereiken. Echter kunnen er op basis van het bovenstaande hoofdstuk vragen gesteld worden bij de handhaving. De naleving en de bestraffing van de niet naleving op de wetten worden aan de nationale overheden gelaten. Niettemin stelt zich de vraag hoe streng er in de realiteit wordt opgetreden tegen *greenwashers* en andere ondernemingen die niet milieuvriendelijker optreden dan voorheen.

4.2. Richtlijn Groene Claims

4.2.1. Doel van de Richtlijn

157. Naar aanleiding van de Europese *Green Deal* werd het voorstel van de Richtlijn Groene Claims ingediend samen met de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Het vooropgestelde doel van de Richtlijn Groene Claims is de consument te beschermen en in staat stellen om duurzame aankoopbeslissingen te maken, door middel van de consument voldoende en correct te informeren.

²⁰⁰ Med.(Comm.) aan het Europees Parlement, de Europese Raad, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de regio's betreffende de Europese Green Deal, 11 december 2019, COM(2019) 640 final.

²⁰¹ Med.(Comm.) aan het Europees Parlement, de Europese Raad, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de regio's betreffende de Europese Green Deal, 11 december 2019, COM(2019) 640 final.

Markttransparantie wordt ingezet als een tool om deze doelstellingen te behalen. Hiermee hoopt men de kans op *greenwashing* te verkleinen.²⁰²

158. In de overwegingen van de Richtlijn Groene Claims worden de negatieve gevolgen van *greenwashing* neergepend. Het stellen van duurzaamheidsclaims is niets meer dan een concurrentiefactor geworden. Dit zorgt ervoor dat de consument wordt misleid en de groene transitie naar een circulaire economie niet volop in gang kan schieten. Dit allemaal ten koste van het milieu. Daarenboven is het onmogelijk voor consumenten om de betrouwbare milieucclaims van de onbetrouwbare milieucclaims te onderscheiden. Hierdoor verdwijnt het vertrouwen van de consument in alle gestelde milieucclaims.²⁰³

159. Omdat lidstaten uiteenlopende vereisten stelden voor milieucclaims, was er nood aan gemeenschappelijke regelgeving. Door harmonisering van de regelgeving kan er op een veel grotere schaal worden bijgedragen aan een groene transitie.²⁰⁴

160. Overweging 15 van de Richtlijn Groene Claims toont aan hoe men, in essentie, *greenwashing* in deze richtlijn wil aanpakken: *"Om ervoor te zorgen dat de consument betrouwbare, vergelijkbare en verifieerbare informatie krijgt die hem in staat stelt ecologisch duurzame beslissingen te nemen en om het risico op "greenwashing" te beperken, moeten vereisten voor de staving van uitdrukkelijke milieucclaims worden vastgesteld. Die staving moet rekening houden met internationaal erkende wetenschappelijke methoden voor het identificeren en meten van milieueffecten, milieuaspecten en milieuprestaties van producten of handelaren en moet resulteren in betrouwbare, transparante, vergelijkbare en verifieerbare informatie voor de consument."*²⁰⁵

4.2.2. Inhoud van de Richtlijn

161. Het toepassingsgebied van de Richtlijn Groene Claims strekt zich uit tot *"uitdrukkelijke milieucclaims die handelaren in het kader van handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten over producten of over handelaren doen"*.²⁰⁶

162. De Richtlijn Groene Claims vormt een *lex specialis* en een aanvulling op de nieuw gewijzigde Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. In de Richtlijn Groene Claims worden tal van minimumvereisten gesteld waaraan een uitdrukkelijke milieucclaim moet voldoen. Deze vereisten moeten ervoor zorgen dat de milieucclaim gebaseerd is op correcte informatie, waardoor de consument niet meer wordt misleid. Zo moet de onderneming onder andere erkend wetenschappelijk bewijs kunnen voorleggen dat hun claim klopt en vermelden indien de claim enkel geldt voor een

²⁰² Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

²⁰³ Overw. 1 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

²⁰⁴ Overw. 2-4 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

²⁰⁵ Overw. 15 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

²⁰⁶ Art. 1 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

deel van het product of het hele product, enzovoort. Er worden bijkomende vereisten gesteld voor vergelijkende claims met betrekking tot milieukeurmerken. Ook deze vergelijkende claims moeten met concrete gegevens gestaafd kunnen worden. Verder wordt met betrekking tot het naar buiten brengen van de duurzaamheidsclaim verwacht dat de claim gepaard gaat met de informatie over de staving van de claim. De milieucclaim mag alleen slaan op de milieueffecten die voldoen aan de vereisten vermeld in de richtlijn en er moet worden gecommuniceerd op welke manier het product gebruikt kan worden opdat de milieueffecten zo min mogelijk zijn.²⁰⁷

163. Wat betreft milieukeurmerken verbiedt de Richtlijn Groene Claims het toekennen van certificaten aan hun eigen producten. De overige keurmerken kunnen enkel aan een product worden toegekend indien het aan de gestelde vereisten voldoet. Bijkomend dient iedere claim die een onderneming aan zijn product wil geven een voorafgaande verificatie te krijgen van een officieel geaccrediteerde instantie.²⁰⁸ Dit maakt het moeilijker voor ondernemingen om kenmerken op hun producten te plakken zonder dat deze producten aan de gestelde norm voldoen.

164. Ondernemingen mogen niet meer wettelijk opgelegde (milieu)vereisten als een onderscheidend kenmerk van hun product promoten. Ook dit misleidt de consument, terwijl er wellicht andere aspecten zijn die een negatief effect hebben op het milieu.²⁰⁹

165. De handhaving van de bepalingen van de Richtlijn Groene Claim wordt overgelaten aan de nationale lidstaten. Deze dienen dus zelf een instantie aan te wijzen die instaat voor de controle op de naleving van deze wetgeving. De regeling met betrekking tot de sancties worden ook overgelaten aan de lidstaten. Het voorstel van de Richtlijn stelt dat het type en de hoogte van de sanctie afhankelijk dient te zijn van de aard, de ernst, de duur van de inbreuk en andere concrete omstandigheden.²¹⁰

4.2.3. Kritiek op de Richtlijn

166. Er werd reeds vastgesteld dat termen zoals “klimaatneutraal”, “kunststofcompensatie”, altijd misleidend zijn voor de consument omdat het onmogelijk is voor een product of dienst om aan deze term te voldoen. Echter wordt hier in het voorstel voor de Richtlijn Groene Claims niks over verteld. Het zou wenselijk zijn om het gebruik van deze termen door ondernemingen volledig te verbieden. Desondanks zou een volledig verbod op deze algemene, vage termen niet proportioneel zijn in verhouding tot het doel dat de maatregel probeert te bereiken, namelijk consumentenbescherming.²¹¹

²⁰⁷ Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

²⁰⁸ Art. 7 – 11 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

²⁰⁹ Overw. 18 en 19 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

²¹⁰ Art. 17 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final-2023/0085 (COD).

²¹¹ Advies (ESC) over het voorstel voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims, 18 augustus 2023, COM(2023) 166 final – 2023/0085 (COD).

167. Verder wordt er voor verschillende vereisten, bijvoorbeeld bij de staving en het communiceren van milieucclaims, een uitzondering voorzien voor micro-ondernemingen.²¹² Het is positief dat de Richtlijn Groene Claims ook rekening houdt met andere belangen, waaronder deze van de micro-ondernemingen. Dit is omdat micro-ondernemingen vaak de middelen niet hebben om aan deze vereisten te voldoen. Verder is het ook voor consumenten van belang dat er rekening gehouden wordt met de belangen van micro-ondernemingen. Micro-ondernemingen zorgen voor diversiteit op de lokale markt en gaan vaak klantgerichter te werk dan grote ondernemingen. Deze diversiteit en klantgerichtheid komt ook de consument ten goede. Zonder bescherming van de wetgever, maken micro-ondernemingen geen kans tegen de grote concurrenten. Dit zou op zijn beurt nadelig voor de economie, en uiteindelijk ook voor de consument zijn. Echter wordt er op deze manier het signaal gegeven aan micro-ondernemingen dat zij zich niet moeten houden aan de vereisten gesteld in deze Richtlijn Groene Claims. Dit terwijl micro-ondernemingen wel een verschil kunnen maken. De doelstellingen die de Richtlijn vooropstelt kunnen niet worden bereikt wanneer het niet geldt voor alle ondernemingen. Een oplossing zou kunnen bestaan in het voorzien van aangepaste, haalbare vereisten voor micro-ondernemingen ter staving van hun duurzaamheidsclaims.

168. Desalniettemin dragen de vereisten ter staving van duurzaamheidsclaims gesteld in de Richtlijn Groene Claims bij aan de geloofwaardigheid en de betrouwbaarheid van milieucclaims. Maar enkel indien de nationale lidstaten zorgen voor voldoende effectieve controle en sanctionering op overtreders van deze regelingen. Verder zouden de vereisten meer kunnen bijdragen aan de geloofwaardigheid en betrouwbaarheid van milieucclaims indien deze vereisten, eventueel in beperkte mate, ook zouden gelden voor de micro-ondernemingen.

4.3. Nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken

4.3.1. Doel van de Richtlijn

169. De Europese Commissie heeft een voorstel ingediend tot de wijziging van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken en van de Consumentenrechtenrichtlijn, teneinde de consument beter te beschermen tegen oneerlijke handelspraktijken. Deze voorstellen bevinden zich in het verlengde van de Europese *Green Deal*.

170. Het doel van deze wijzigingen is om ervoor te zorgen dat de consument niet meer misleidt kan worden en ondernemingen eerlijke milieucclaims stellen. Hierdoor kan de consument een aankoopbeslissing nemen met inachtneming van de correcte duurzaamheidsaspecten die hieraan verbonden zijn. De consument beschikt dan over de mogelijkheid om te kiezen voor het product dat werkelijk beter is voor het milieu. Men hoopt dat de voorgestelde wijzigingen kunnen bijdragen tot de verwezenlijking van een groene circulaire economie. Deze wijzigingen kunnen het best geplaatst worden binnen het groter doel van een interne markt in de Europese Unie.²¹³ De Richtlijn zelf stelt het volgende: *“Voor de aanpak van oneerlijke handelspraktijken die consumenten ervan weerhouden duurzame consumptiekeuzen te maken, zoals praktijken die verband houden met de vroegtijdige*

²¹² Art. 3 – 10 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieucclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final- 2023/0085 (COD).

²¹³ Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

*veroudering van goederen, misleidende milieueclaims ("greenwashing"), niet-transparante en ongeloofwaardige duurzaamheidskeurmerken of -informatiemiddelen, moeten in het consumentenrecht van de Unie specifieke voorschriften worden opgenomen. Dit stelt de nationale bevoegde instanties in staat die praktijken doeltreffend aan te pakken. Door ervoor te zorgen dat milieueclaims eerlijk zijn, kunnen consumenten producten kiezen die werkelijk beter zijn voor het milieu dan concurrerende producten. Dit zal de concurrentie in de richting van milieuvriendelijkere producten stimuleren, waardoor de negatieve gevolgen voor het milieu worden verminderd."*²¹⁴ Deze overweging geeft de denkwijze van de wetgever weer.

4.3.2. Inhoud van de Richtlijn

171. De voorgestelde wijzigingen verschillen ten opzichte van de huidige bestaande Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken door een grotere rol voor de consument weg te leggen. De consument wordt in de positie geplaatst om voor de duurzaamste optie te kiezen en om bij te dragen aan de circulaire economie. Er wordt ingezet op informatieverplichtingen die specifiek betrekking hebben op de duurzaamheidsaspecten en de repareerbaarheid van een product.

172. Het voorstel maakt een onderscheid tussen een milieueclaim, een uitdrukkelijke milieueclaim en een generieke milieueclaim.²¹⁵ Deze worden alle drie in de Richtlijn gedefinieerd. Zo wordt onder een generieke milieueclaim, vage termen zoals "klimaatvriendelijk" en "CO₂-neutraal" verstaan.²¹⁶ Verder wordt er een duidelijke definitie gegeven aan een milieueclaim, namelijk *"een boodschap of voorstelling, die niet verplicht is uit hoofde van het Unierecht of het nationale recht, met inbegrip van tekst, beeldende, grafische of symbolische voorstellingen, in welke vorm ook, met inbegrip van labels, merknamen, bedrijfsnamen of productnamen, in de context van een commerciële communicatie, waarin gesteld of verondersteld wordt dat een product of handelaar een positief effect of geen effect op het milieu heeft, dan wel minder schadelijk voor het milieu is dan andere respectievelijke producten of handelaren, of dit effect in de loop der tijd is verbeterd"*.²¹⁷ Een impliciete milieueclaim kan voldoen aan deze definitie. Dit helpt bij het definiëren van een impliciete milieueclaim en zorgt ervoor dat impliciete milieueclaims direct onder het toepassingsgebied van de Nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken vallen.

173. Het voorstel voor de wijziging van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken tracht tegemoet te komen aan de problematiek van *greenwashing* door een aanvulling te maken op de productkenmerken waarover de misleiding van de consument kan gaan. Zo worden met name de

²¹⁴ Overw. 1 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²¹⁵ Art.1 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²¹⁶ Overw. 9 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²¹⁷ Art. 1 (1) Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

“effecten op maatschappelijk en milieugebied”, “duurzaamheid” en “repareerbaarheid” toegevoegd aan de belangrijkste kenmerken waarop misleiding betrekking heeft²¹⁸. De Richtlijn verduidelijkt dat de *“Door handelaren verstrekte informatie over de sociale duurzaamheid van producten, zoals arbeidsomstandigheden, liefdadigheidsbijdragen of dierenwelzijn, mag consumenten evenmin misleiden.”*²¹⁹.

174. Verder dienen groene claims, die een bepaalde milieudoelstelling vooropstellen, gebaseerd te zijn op objectieve en verifieerbare informatie en voorzien te zijn van een onafhankelijk monitoringsysteem.²²⁰

175. Er worden twee nieuwe handelspraktijken toegevoegd aan de specifieke praktijken waarop misleiding betrekking kan hebben, waaronder *“het adverteren met voordelen voor consumenten die in feite een gangbare praktijk binnen de relevante markt zijn”*²²¹.

176. De zwarte lijst wordt ook aangevuld met tien aanvullende handelspraktijken die allemaal gelinkt zijn aan duurzaamheid.²²² Hier wordt onder andere aan toegevoegd *“Het weergeven van duurzaamheidskeurmerken die niet op een certificeringsregeling zijn gebaseerd of niet door overheidsinstanties zijn ingesteld”*²²³, en *“Het presenteren van vereisten die bij wet aan alle producten binnen de toepasselijke productcategorie op de markt van de Unie zijn opgelegd, met inbegrip van ingevoerde producten, als een onderscheidend kenmerk van het aanbod van de handelaar weergeven”*²²⁴. Het stellen van *“generieke milieucclaims zonder erkende voortreffelijke milieuprestaties die relevant zijn voor de claim”*²²⁵ wordt eveneens toegevoegd aan de lijst met per se verboden praktijken. Deze generieke milieucclaims slaan dus op termen zoals “milieuvriendelijk” en “ecologisch verantwoord”. Er werd reeds gesteld dat deze begrippen misleidend zijn en niet echt

²¹⁸ Art. 1.2 (a) Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²¹⁹ Overw. 3 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²²⁰ Art. 1.2 (b) Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²²¹ Overw. 5 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²²² Art. 1.4 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²²³ Overw. 7 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²²⁴ Overw. 13 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²²⁵ Overw. 9 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

een betekenis dragen. Echter is het wel mogelijk om deze generieke claims te gebruiken in voortreffelijke milieuprestaties wanneer dit gebeurt overeenkomstig “Verordening (EG) nr. 66/2010 van het Europees Parlement en de Raad, of met officieel erkende milieukeurregelingen in de lidstaten, of door naleving van de hoogste milieuprestaties voor een specifiek milieuaspect in overeenstemming met andere toepasselijke Uniewetgeving, zoals een klasse A in overeenstemming met Verordening (EU) 2017/1369 van het Europees Parlement en de Raad”²²⁶. Echter kan er gesteld worden dat deze generieke claims altijd voor verwarring kunnen zorgen bij de consument en daarom best geheel verboden worden.

4.3.3. Kritiek op de Richtlijn

177. Voorheen diende men bij de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken per zaak na te gaan of de duurzaamheidsclaim viel onder het toepassingsgebied van de Richtlijn. Het zou beter zijn geweest om dit in het voorstel voor een nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken aan te passen. Desalniettemin dienen de handelspraktijken nog steeds individueel getoetst te worden aan deze Richtlijn. Het zou immers gemakkelijker zijn om alle incorrecte, niet onderbouwde of vage milieucclaims op de zwarte lijst te zetten, waardoor deze milieucclaims in alle omstandigheden als onrechtmatig worden beschouwd. Desalniettemin wordt in het voorstel tot wijziging van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken de zwarte lijst aangevuld met tien aanvullende handelspraktijken die allemaal direct of indirect betrekking hebben op milieucclaims. Echter zijn dit zeer specifieke gevallen, bijvoorbeeld “*beweren dat een goed een bepaalde duurzaamheid op het gebied van gebruikstijd of intensiteit heeft terwijl dit niet zo is*”.²²⁷

178. Over het algemeen kan er gesteld worden dat het noodzakelijk was voor de Europese instellingen om in actie te treden. De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken wordt gewijzigd zodat het beter van toepassing kan zijn in zaken die betrekking hebben op *greenwashing*. De oude Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken was niet toegespitst op oneerlijke handelspraktijken die beletten dat consumenten een duurzame consumptiekeuze kunnen maken. De hierboven besproken initiatieven vormen zeker een goede stap in de juiste richting. Het valt echter te bezien of deze initiatieven voldoende zullen zijn en gemakkelijk haalbaar in de praktijk.

179. Al de hierboven besproken initiatieven zijn gebaseerd op het idee dat de consument ook daadwerkelijk duurzaamheidsaspecten in het achterhoofd houdt bij iedere aankoop en diens voorkeur altijd naar de meest “groene” optie uitgaat. Bijkomend wordt er gepleit voor een systeem waarbij consumenten de waarachtigheid van duurzaamheidsclaims kunnen verifiëren. Er is ook nood aan een duidelijkere definiëring van het begrip “duurzaamheid”, aangezien dit begrip meerdere keren wordt gebruikt in het voorstel maar niet verder verduidelijkt.

180. Tot slot dient er ook voldoende rekening gehouden te worden met de micro-ondernemingen. Bij de Richtlijn Groene Claims worden deze uitgesloten van bepaalde specifieke vereisten. Dit is niet

²²⁶ Overw. 10 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

²²⁷ Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).

geval in de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. De regels die worden ingevoerd zijn niet altijd in dezelfde mate haalbaar voor micro-ondernemingen, maar dit houdt niet in dat ze zomaar uitgesloten kunnen worden van de hierboven gestelde vereisten. Er dient een gulden middenweg gevonden te worden.²²⁸

4.4. Tussentijds besluit

181. De Europese *Green Deal* is een stap in de goede richting. Het doel is om alle informatie van een product ter beschikking te stellen opdat de consument een geïnformeerde aankoopbeslissing kan maken. Het initiatief van de Europese Commissie voor een milieueffectbeoordeling en een elektronisch productpaspoort vormen een goed initiatief. Echter stelt zich ook hier de vraag of het mogelijk is voor ondernemingen om de werkelijkheid groener te laten lijken dan dat ze werkelijk is.

182. De Richtlijn Groene Claims heeft specifiek betrekking op uitdrukkelijke duurzaamheidsclaims. Deze richtlijn was noodzakelijk omdat sommige duurzaamheidsclaim in een grijze zone vielen. De richtlijn verplicht ondernemingen om hun vergelijkende claims met bewijs te staven en ook hun uitdrukkelijke milieucclaims moeten gebaseerd zijn op feiten. Verder wordt het voor ondernemingen verboden om zelf nog een milieukeurmerk of certificaat aan hun eigen product toe te kennen. Dit maakt het moeilijker voor ondernemingen om milieukeurmerken op hun producten te plakken zonder dat deze producten aan de gestelde norm voldoen. De Richtlijn Groene Claims sluit micro-ondernemingen uit van het toepassingsgebied van meerdere bepalingen. Dit kan ervoor zorgen dat micro-ondernemingen meer kans hebben om ongestraft de consument te misleiden met valse milieucclaims. Aan de andere kant is het van essentieel belang dat er rekening wordt gehouden met de belangen van deze micro-ondernemingen. De vele maatregelen zouden namelijk een negatief effect kunnen hebben voor micro-ondernemingen. Zonder extra bescherming van de micro-ondernemingen worden deze verdrongen door de grote ondernemingen. Dit is nadelig voor de economie én voor de consument. Micro-ondernemingen zorgen immers voor diversiteit op de lokale markten en hanteren vooral een klantgerichte aanpak. Er kan geconcludeerd worden dat de Richtlijn Groene Claims een stap in de juiste richting is voor het aanpakken van valse groene claims, maar het is een gemiste kans om ook impliciete milieucclaims een halt toe te roepen.

183. De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken wordt gewijzigd zodat het beter van toepassing kan zijn in zaken die betrekking hebben op *greenwashing*. De oude Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken was niet toegespitst op oneerlijke handelspraktijken die beletten dat consumenten een duurzame consumptiekeuze kunnen maken. Om deze reden werden er aanpassingen doorgevoerd. Zo worden de verschillende soorten milieucclaims gedefinieerd en de productkenmerken waarop de misleiding betrekking kan hebben, worden aangevuld met kenmerken die betrekking hebben op *greenwashing*. Verder wordt de zwarte lijst aangevuld met tien handelspraktijken die betrekking hebben op duurzaamheid. De keuze wordt nog steeds bij de consument gelegd om te kiezen voor de duurzaamste optie, maar de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken zorgt dat de consument dit kan doen met kennis van de correcte informatie omtrent de duurzaamheidsaspecten van het product.

²²⁸ B. NALBANDIAN, "Is all gold that glitters? The EU Commission Proposal on empowering consumers for the green transition", *REDC* 2023, 51-68.

184. Echter kan er gesteld worden dat het niet essentieel is om de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken aan te passen. De Richtlijn Groene Claims vormt een *lex specialis* op de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. De Richtlijn Groene Claims is immers toegespitst op uitdrukkelijke milieucclaims en aangezien specifieke wetgeving voorgaat op algemene wetgeving, zal er voor de uitdrukkelijke milieucclaims vooral naar de Richtlijn Groene Claims gegrepen worden. Echter vormt de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken wel een meerwaarde in de bescherming van de consument tegen valse, impliciete duurzaamheidsclaims. Dit omdat er in de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken een duidelijke definitie wordt gegeven aan een milieucclaim, waaronder een impliciete milieucclaim zou kunnen vallen. Op deze manier is het gemakkelijker om een impliciete claim als een milieucclaim te definiëren en valse impliciete milieucclaims een halt toe te roepen door de toepassing van de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

185. Bij deze nieuwe wetgevende initiatieven van de Europese Commissie wordt er onder andere informatieverplichtingen aan de ondernemingen opgelegd. Echter gaat de Europese wetgever er hierbij ten onrechte van uit dat informatieverplichtingen automatisch leiden tot een betere bescherming van de consument. Een groene claim gebaseerd op objectieve en verifieerbare informatie, leidt niet automatisch tot een beter geïnformeerde consument. Dit komt omdat de consument niet alle informatie in zich opneemt en verwerkt. Er werd reeds aangetoond dat het standaardmodel van de gemiddelde consument niet meer strookt met de realiteit. Dit brengt problemen met zich mee. De bovengenoemde voorgestelde wetgeving heeft als doelstelling de misleiding van de consument tegen te gaan. Er wordt geacht een hoog niveau van consumentenbescherming tot stand te komen. De Europese wetgever gaat ervan uit dat er sprake is van voldoende consumentenbescherming wanneer de gemiddelde consument wordt beschermd. Maar zoals hierboven uiteengezet is het model van de gemiddelde consument niet accuraat en representatief genoeg om te spreken van een gemiddelde consument.²²⁹ Dit kan ervoor zorgen dat de wetgevende initiatieven niet volledig hun doel kunnen behalen.

²²⁹ B.B. DUIVENVOORDE, *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.

5. Besluit

186. In dit onderzoek staat de volgende onderzoeksvraag centraal: "Biedt het voorstel van de Europese Commissie voor een nieuw regelgevend kader ter bestrijding van *greenwashing* meer bescherming tegen de misleiding van de consument, zonder afbreuk te doen aan andere belangen?". Teneinde een antwoord te bekomen op de onderzoeksvraag werd allereerst het fenomeen van *greenwashing* omkadert. *Greenwashing* houdt in dat men informatie presenteert die onjuist, verwarrend of misleidend is, waardoor de onjuiste indruk gewekt wordt dat een product of onderneming milieuvriendelijker is dan dat het werkelijk het geval is. De invulling van dit begrip gebeurt op een gelijkaardige wijze in de Verenigde Staten.

187. Vervolgens wordt het onderzoek toegespitst op *greenwashing* in de financiële sector. De financiële sector speelt een grote rol in de transitie naar een circulaire economie. *Greenwashing* in de financiële sector maakt het mogelijk voor ondernemingen om een oneerlijk concurrentievoordeel te krijgen, de stabiliteit van de financiële markt in gedrang te brengen en zorgt ervoor dat het vertrouwen van financiële marktdeelnemers in het financiële marktsysteem daalt. Het is om deze redenen dat er specifieke wetgeving voor de financiële markt nodig is.

188. Momenteel vormt de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken een belangrijk instrument om *greenwashing* aan te pakken. Desalniettemin bestaan er vormen van *greenwashing* die buiten het toepassingsgebied van de richtlijn vallen. Dit benadrukt de noodzaak voor de Europese wetgever om in te grijpen en nieuwe initiatieven te ontwikkelen om *greenwashing* effectief aan te pakken. In de Verenigde Staten vormen de FTC Act en de bijhorende *Green Guides* de belangrijkste instrumenten om *greenwashing* aan te pakken. Echter beschermen deze wetgevende instrumenten de consument niet voldoende tegen *greenwashing*. De *Green Guides* vormen geen bindend wetgevend instrument en de consument kan zelf geen vordering instellen tegen een onderneming op basis van de FTC Act. De consument is volledig afhankelijk van de FTC.

189. Het probleem bij *greenwashing* is dat de consument wordt misleid. De voorkeur van consumenten voor milieubewuste aankopen wordt uitgebuit door ondernemingen die valse milieucclaims stellen. Dit bemoeilijkt tevens de mogelijkheid voor consumenten om vertrouwen te stellen in duurzaamheidsclaims, zelfs in de gevallen waarin deze claims wel accuraat zijn. Het is om deze reden dat de misleiding van de consument wordt gehanteerd als toetsingscriterium voor de nieuwe wetgevende initiatieven van de Europese Commissie.

190. Voor een correcte evaluatie van de nieuwe wetgevende initiatieven is het van essentieel belang om gedragswetenschappelijke inzichten in het achterhoofd te houden. De Europese wetgever gaat ervanuit dat de consument een rationele beslisser is. Echter spreekt de theorie van de *Bounded Rationality* dit tegen en stelt dat mensen niet in staat zijn om tot in het oneindige rationeel te handelen. Verder wordt er bij het Europees standaardmodel van de gemiddelde consument geen rekening gehouden met emoties, herinneringen en verlangens van de consument. Dit spreekt de *Expected Utility Theory* tegen, waarbij er wordt gesteld dat de consument altijd voor de optie zal kiezen die hem het meeste verwachte economische nut zal opleveren. Dit maakt dat het feitelijk handelen van de consument niet overeenkomt met het verwachte gedrag van de consument. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het standaardmodel van de gemiddelde consument niet meer met de realiteit strookt.

191. Tot slot worden drie wetgevende initiatieven van de Europese Commissie besproken: de Europese *Green Deal*, de Richtlijn Groene Claims en de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. De Europese *Green Deal* moet de Europese Unie helpen om het eerste klimaatneutrale continent te worden tegen 2050. Zo stelt de *Green Deal* een milieueffectbeoordeling voor en wordt het initiatief van een elektronisch productpaspoort aangehaald. Echter poost zich hier de vraag hoe men de correctheid van deze gegevens effectief zal controleren.

192. Omdat er veel duurzaamheidsclaims in een grijze zone vielen, was er nood aan nieuwe regelgeving. De Richtlijn Groene Claims vormt een *lex specialis* op de nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Het toepassingsgebied van de Richtlijn Groene Claims is echter beperkt tot uitdrukkelijke milieucclaims. Bijgevolg vallen impliciete milieucclaims buiten het toepassingsgebied.

193. Dankzij de uitgebreide eisen die de Richtlijn Groene Claims oplegt aan ondernemingen die uitdrukkelijke milieucclaims stellen, wordt de consument aanzienlijk meer beschermd tegen misleiding. Wanneer milieucclaims ondersteund moeten worden door erkend wetenschappelijk bewijs en ook vergelijkende claims met concrete gegevens gestaafd moeten worden, is de kans groter dat deze claims gebaseerd zijn op correcte informatie. Dit verhoogt op zijn beurt de bescherming van de consument tegen misleiding. Bovendien draagt het verbod voor ondernemingen zelf groene labels op hun producten te plaatsen bij aan deze bescherming.

194. In de Richtlijn Groene Claims wordt specifieke aandacht besteed aan de belangen van micro-ondernemingen. De Richtlijn Groene Claims sluit micro-ondernemingen uit het toepassingsgebied van verschillende bepalingen. Dit kan resulteren in een verhoogd risico dat deze micro-ondernemingen de consument misleiden met valse milieucclaims zonder repercussies. Echter is het van cruciaal belang dat er met de belangen van micro-ondernemingen rekening gehouden wordt. De vele maatregelen kunnen immers nadelige gevolgen hebben voor deze micro-ondernemingen. Zonder aanvullende bescherming zouden micro-ondernemingen kunnen worden verdrongen door de grotere ondernemingen. Dit is nadelig voor de economie én voor de consument.

195. De nieuwe Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken draagt bij aan de bescherming tegen de misleiding van de consument. De duidelijke definiëring van de verschillende soorten milieucclaims en de uitbreiding van de reeds bestaande normen naar gevallen van *greenwashing* versterken de bescherming tegen de misleiding van de consument. Hoewel andere belangen hierbij minder aandacht krijgen, zijn de voorgestelde wijzigingen niet dusdanig ingrijpend dat zij andere belangen schaden. Desalniettemin staan de voorgestelde wijzigingen in verhouding tot het beoogde doel.

196. Om deze redenen kan er op de gestelde onderzoeksvraag "Biedt het voorstel van de Europese Commissie voor een nieuw regelgevend kader ter bestrijding van *greenwashing* meer bescherming tegen de misleiding van de consument, zonder afbreuk te doen aan andere belangen?", bevestigend geantwoord worden.

197. Het wetgevend initiatief van de Europese Commissie voor een nieuw regelgevend kader ter bestrijding van *greenwashing* vertrekt vanuit een Europees model van de gemiddelde consument dat niet overeenkomt met de realiteit. De voorgestelde maatregelen gaan er ten onrechte van uit dat, wanneer ondernemingen volledig transparant zijn over hun producten en diensten, er automatisch een voldoende niveau van consumentenbescherming tot stand komt. Een redelijk geïnformeerd

consument is echter niet automatisch voldoende beschermd tegen misleiding, aangezien consumenten niet altijd rationeel handelen. Niettemin kan de wetgever er enkel voor zorgen dat de consument over alle correcte informatie beschikt met betrekking tot de duurzaamheidsaspecten van hun producten en diensten. Hierdoor wordt de consument in staat gesteld om op basis van correcte informatie een weloverwogen aankoopbeslissing te nemen en indien gewenst te opteren voor de meest duurzame optie.

6. Bibliografie

6.1. Wetgeving

1. Art. 1649bis §1 °4 BW.
2. Art. 1649quinquies BW.
3. Art. 1649ter §2 BW.
4. Art. 1649ter BW.
5. Art. 5.34 BW
6. Art. VI.101 WER.
7. Art. VI.83 WER.
8. Art. VI.93 WER.
9. Art. VI.97 WER.
10. Advies (ESC) over het voorstel voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims, 18 augustus 2023, COM(2023) 166 final — 2023/0085 (COD).
11. Art. 1 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
12. Art. 1 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final- 2023/0085 (COD).
13. Art. 12 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
14. Art. 17 Taxonomieverordening.
15. Art. 17 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final- 2023/0085 (COD).
16. Art. 18 Taxonomieverordening.
17. Art. 19 Taxonomieverordening.
18. Art. 2 d) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
19. Art. 3 – 10 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final- 2023/0085 (COD).
20. Art. 3 Taxonomieverordening.
21. Art. 3 Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverstopping over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L* 9 december 2019.
22. Art. 4 Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverstopping over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L* 9 december 2019.
23. Art. 5 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
24. Art. 6 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
25. Art. 6 Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverstopping over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L* 9 december 2019.
26. Art. 7 – 11 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final- 2023/0085 (COD).

27. Art. 7 Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverstopping over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L* 9 december 2019.
28. Art. 8 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
29. Art. 9 Taxonomieverordening.
30. Art.1 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
31. Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
32. Med.(Comm.) aan het Europees Parlement en de raad betreffende de nieuwe consumentenagenda: de weerbaarheid van de consument versterken met het oog op duurzaam herstel, 13 november 2020, COM(2020) 696 final.
33. Med.(Comm.) aan het Europees Parlement, de Europese Raad, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de regio's betreffende de Europese Green Deal, 11 december 2019, COM(2019) 640 final.
34. Med.(Comm.) met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29 december 2021, 2021/C526/01.
35. Overw. 1- 4Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final- 2023/0085 (COD).
36. Overw. 1 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
37. Overw. 10 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
38. Overw. 11 Taxonomieverordening.
39. Overw. 13 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
40. Overw. 13 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
41. Overw. 14 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
42. Overw. 18 en 19 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final- 2023/0085 (COD).
43. Overw. 18 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.
44. Overw. 3 Verord. Raad en Parl nr. 2023/2631, 22 november 2023 betreffende Europese groene obligaties en optionele openbaarmakingen voor obligaties die als ecologisch duurzame obligaties

- op de markt worden gebracht en voor aan duurzaamheid gekoppelde obligaties, *PB.L.* 30 november 2023.
45. Overw. 3 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
 46. Overw. 4 Taxonomieverordening.
 47. Overw. 5 Taxonomieverordening.
 48. Overw. 5 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
 49. Overw. 7 Verord. Raad en Parl nr. 2023/2631, 22 november 2023 betreffende Europese groene obligaties en optionele openbaarmakingen voor obligaties die als ecologisch duurzame obligaties op de markt worden gebracht en voor aan duurzaamheid gekoppelde obligaties, *PB.L.* 30 november 2023.
 50. Overw. 7 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
 51. Overw. 9 Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
 52. Overw.15 Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims (richtlijn groene claims), 22 maart 2023, COM(2023) 166final- 2023/0085 (COD).
 53. Sec. 10B Securities Exchange Act, 10 Augustus 2012, <https://www.nyse.com/publicdocs/nyse/regulation/nyse/sea34.pdf>.
 54. Verord. Raad en Parl nr. 2023/2631, 22 november 2023 betreffende Europese groene obligaties en optionele openbaarmakingen voor obligaties die als ecologisch duurzame obligaties op de markt worden gebracht en voor aan duurzaamheid gekoppelde obligaties, *PB.L.* 30 november 2023.
 55. Verord.Comm. nr. 2018/848, 30 mei 2018 inzake de biologische productie en de etikettering van biologische producten en tot intrekking van Verordening (EG) nr. 834/2007 van de Raad, *Pb.L.* 14 juni 2018.
 56. Verord.Comm. nr. 2021/2139, 4 juni 2021 tot aanvulling van Verordening (EU) 2020/852 van het Europees Parlement en de Raad door technische screeningcriteria vast te stellen om de voorwaarden te bepalen waaronder een specifieke economische activiteit kan worden aangemerkt als substantieel bijdragend aan de mitigatie van klimaatverandering of de adaptatie aan klimaatverandering, en om uit te maken of die economische activiteit niet ernstig afbreuk doet aan een van de andere milieudoelstellingen, *PB.L.* 9 december 2021.

57. Verord.Comm. nr. 2022/1288, 6 april 2022 tot aanvulling van Verordening (EU) 2019/2088 van het Europees Parlement en de Raad met technische reguleringsnormen tot nadere bepaling van de inhoud en presentatie van de informatie met betrekking tot het beginsel "geen ernstige afbreuk doen", en tot nadere bepaling van de inhoud, methoden en presentatie van informatie met betrekking tot duurzaamheidsindicatoren en ongunstige effecten op de duurzaamheid en van de inhoud en presentatie van de informatie met betrekking tot het promoten van ecologische of sociale kenmerken en doelstellingen voor duurzaamheidsbeleggingen in precontractuele documenten, op websites en in periodieke verslagen, *PB.L.* 25 juli 2022.
58. Verord.Raad nr. 2020/852, 18 juni 2020 betreffende de totstandbrenging van een kader ter bevordering van duurzame beleggingen en tot wijziging van Verordening (EU) 2019/2088, *PB.L.* 22 juni 2020.
59. Verord.Raad. nr. 2019/2088, 27 november 2019 betreffende informatieverschaffing over duurzaamheid in de financiële dienstensector, *PB.L.* 9 december 2019.
60. Voorstel (Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad tot wijziging van de Richtlijnen 2005/29/EG en 2011/83/EU wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie door middel van betere informatie en bescherming tegen oneerlijke praktijken, 30 maart 2022, COM(2022)143 final 2022/0092 (COD).
61. Voorstel(Comm.) voor een richtlijn van het Europees Parlement en de raad betreffende de staving en het communiceren van uitdrukkelijke milieueclaims, 22 maart 2023, COM(2023) 166 final 2023/0085(COD).

6.2. Rechtspraak

62. FTC, 15 Juli 2009, nr. C-4263, FTC v. Kmart Corp., <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/cases/2009/07/090717kmartdo.pdf>.
63. HvJ, 16 juli 1998, C-210/96, ECLI:EU:C:1998:369, 'Gut Springenheide'.
64. HvJ, 18 oktober 2012, C- 428/11, ECLI:EU:C:2012:651, 'Purely Creative'.
65. Rechtbank Den Haag, 26 mei 2021, C/09/571932/HAZA19-379, ECLI:NL:RBDHA:2021:5337, 'Klimaatzaak tegen Royal Dutch Shell'.
66. U.S. Court of Appeals, 3 december 1982, nr. 81-2920, American Home Products Corporation v. FTC, https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/American-Home-Products-695_F.2d_681.pdf.
67. U.S. Supreme Court, 5 april 1965, nr. 152-3205, FTC v. Colgate-Palmolive Co., <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/380/374/>.

6.3. Rechtsleer

68. ASHRAF, M.A., "Theory of Boundedly Rational Planned Behavior: A New Model", *ZIREB* 2023, 1-28.
69. BORUCKI, C., "Als de vos de passie preekt... Corporate greenwashing als misleidende handelspraktijk", *DCCR* 2018, 31-55.
70. BRADLEY, T.C., *Likelihood of Eco-Friendly Confusion: Greenwashing and the FTC Green Guides*, *Landslide*, 2011, 39-64.
71. CHOI, S., "ESG METRICS: SAFEGUARD AGAINST GREENWASHING OR SAFE HARBOR FOR GREENWASHING?", *Geo. Wash. J. Energy & Env't L.* 2023, 27-41.

72. CRISTOFARO, M., "Herbert Simon's bounded rationality: Its historical evolution in management and cross-fertilizing contribution", *JMH* 2017, 170-190.
73. DE BACKER, A., DE WAELE, N., "Impact van de regelgeving inzake duurzame financiën op de distributie van verzekeringsproducten", *T.Verz.* 2023, 101-127.
74. DE GALAN, R.M., PIJLS, A.C.W., "Het civiel effect van de Taxonomie- en Transparantieverordening", *TvOB* 2022, 3-14.
75. DELMAS, M.A., BURBANO, V.C., "The Drivers of Greenwashing", *CMR* 2011, 38.
76. DUIVENVOORDE, B.B., *De gemiddelde consument als standaard bij misleiding: een kritische blik vanuit de gedragswetenschappen*, Den Haag, Boom, 2013, 1229.
77. FEINSTEIN, N., "Learning from Past Mistakes: Future Regulation to Prevent Greenwashing", *B.C. Env'tl. Aff. L. Rev.* 2013, 229-258.
78. GEIREGAT, S. "Remedies bij consumentenkoop", *NJW* 2023, 802-803.
79. GRIESE, K.M., WERNER, K., HOGG, H., "Avoiding Greenwashing in Event Marketing: An Exploration of Concepts, Literature and Methods", *J. Mgmt. & Sustainability* 2017, 1-15.
80. GRISKEVICIUS, V., CANTU, S.M., VAN VUGT, M., "The Evolutionary Bases for Sustainable Behavior: Implications for Marketing, Policy, and Social Entrepreneurship", *JPP&M* 2012, 115-128.
81. HAMSTER, J.E.S., "Vijftig tinten groen – de vele civiele kleuren van greenwashing", *NTBR* 2022, 9.
82. HARTMAN, R.S., DOANE, M.J., WOO, C. "Consumer Rationality and the Status Quo", *QJE* 1991, 141-162.
83. JOLLS, C., SUNSTEIN, R., THALER, R.H., "A Behavioral Approach to Law and Economics", *SSRN* 1998, 80.
84. KEIRSBILCK, B., "Oneerlijke handels- en beroepspraktijken jegens consumenten (2008-2014)", *TPR* 2016, 252-291.
85. KRONTHAL-SACCO, R., WHELAN, T., "Sustainable Market Share Index", *CSB* 2023, 33.
86. LIBREGTS, S., MARQUETTE, V., "Greening the Insurance Industry: Exploring the Impact of the Ecolabel and Green Bonds", *T.Verz.* 2023, 247-281.
87. MALECKA, M., "The normative decision theory in economics: a philosophy of science perspective. The case of the expected utility theory", *J. Econ. Methodol.* 2020, 36-50.
88. MITCHELL, L.D., RAMEY, W.D., "Look How Green I Am! An Individual-Level Explanation for Greenwashing", *JABE* 2011, 40-45.
89. NALBANDIAN, B., "Is all gold that glitters? The EU Commission Proposal on empowering consumers for the green transition", *REDC* 2023, 51-68.
90. PHILIPPE, D., "L'erreur : substance et aléa", *TBBR* 2022, 530-536.
91. SHANOR, A., LIGHT, S.E., "Greenwashing and the First Amendment", *Colum.L.Rev.* 2022, 2033-2118.
92. STRAETMANS, G., "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, 97-125.
93. STRAETMANS, G., "Naar een Europees consumentenbegrip?", *Jur. Falc.* 1991-1992, 11-41.
94. STRAETMANS, G., *Consument en markt: onderzoek naar de rechtspositie van de consument op de Europese interne markt : met de financiële sector als toetssteen*, Deurne, Kluwer, 1998, 637.
95. VAN DER ELST, C., VAN DEN BOSCH, S., "Duurzaamheid en duurzaamheidsrapportering", *NjW* 2023, 774-782.

96. VAN OLDENEEL, C., *Finance durable (ESG) et assurance*, Bull. Ass. /bulletin des assurances, Mechelen, Wolters Kluwer, 2023, 300.
97. VOS, J., "Actions Speak Louder than Words: Greenwashing in Corporate America", *Notre Dame J.L. Ethics & Pub. Pol'y* 2009, 673-698.
98. WEST, K.A., "Goodbye to Greenwashing in the Fashion Industry: Greater Enforcement and Guidelines", *N.C. L. Rev.* 2023, 841-870.

6.4. Andere

99. BOELAERT, F., "Leidraad overheidsopdrachten", *mow*, <https://mow.vlaanderen.be/leidraad-overheidsopdrachten/14-duurzaamheid>.
100. BRIGGS, R.A., *Normative Theories of Rational Choice: Expected Utility*, Metaphysics Research Lab - Stanford University, 2023, [Normative Theories of Rational Choice: Expected Utility \(Stanford Encyclopedia of Philosophy\)](https://plato.stanford.edu/archives/win2023/entries/normative-theories-of-rational-choice/).
101. BUHRS, M., *Beleid, recht en gedrag - Waarom wetgevers en beleidsmakers zich meer zouden moeten verdiepen in de gedragswetenschappen*, <https://behaviourclub.nl/beleid-recht-gedrag/>.
102. Center for Sustainable Business, *Sustainable Market Share Index*, 2022, [Sustainable Market Share Index™ - NYU Stern](https://sustainablemarketshareindex.com/).
103. COLLARD, A., *Greenpeace dient beroep in tegen Europese Commissie om einde te maken aan greenwashing van fossiel gas en kernenergie*, 2023, <https://www.greenpeace.org/belgium/nl/persbericht/52303/greenpeace-dient-beroep-in-tegen-europese-commissie-om-einde-te-maken-aan-greenwashing-van-fossiel-gas-en-kernenergie/>.
104. Comm., *Screening of websites for 'greenwashing': half of green claims lack evidence*, 2021, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269.
105. European Securities and Markets Authority, *Progress Report on Greenwashing*, 2023, ESMA30-1668416927-2498, [ESMA30-1668416927-2498 Progress Report on Greenwashing \(europa.eu\)](https://www.esma.europa.eu/press-room/1609637-main-press-release/esma-30-1668416927-2498-progress-report-on-greenwashing).
106. Europese Commissie, *Environmental claims in the EU*, 2020, https://www.qualenergia.it/wp-content/uploads/2023/01/Envclaims_inventory_2020_final_publi.pdf.
107. EVISON, J., "SC Johnson launches industry-first 100% ocean plastic bottle", *edie*, <https://www.edie.net/sc-johnson-launches-industry-first-100-ocean-plastic-bottle/>.
108. Fluvius, *Guaranteed Euro Medium Term Note Programme*, 2023, <https://over.fluvius.be/sites/fluvius/files/2023-06/fluvius-emtn-2023-base-prospectus.pdf>.
109. Greenpeace Nederland, *Reclame code Commissie: Shell-reclames met claim 'CO2-neutraal' zijn misleidend*, 2021, <https://www.greenpeace.org/nl/klimaatverandering/47500/shell-reclames-met-claim-co2-neutraal-zijn-misleidend/>.
110. HICKS, R., "8 brands called out for greenwashing in 2020", *eco-business*, 2020, <https://www.eco-business.com/news/8-brands-called-out-for-greenwashing-in-2020/>.
111. MCGUINN, J., MCNEILL, A., MARKOWSKA, A., MARTINEZ-BRIS, I., O'BRIEN, S., DE CUYPER, K., ESSER, A., MEEUSEN, T., *Environmental claims in the EU: Inventory and reliability assessment: Final report*, https://www.qualenergia.it/wpcontent/uploads/2023/01/Envclaims_inventory_2020_final_publi.pdf.

112. Securities and Exchange Commission, "Commission Guidance Regarding Disclosure Related to Climate Change", *Fed.Reg.* 2010, [2010-2602.pdf \(govinfo.gov\)](#).
113. Securities and Markets Stakeholder Group, *Advice to ESMA – SMSG advice to ESMA on the ESA's Call for Evidence on Greenwashing*, 2023, ESMA22-106-4384, [esma22-106-4384_smsg_advice_on_greenwashing.pdf \(europa.eu\)](#).
114. Translated by Content Engine, "The seven "sins" of greenwashing - and why avoid them", *CE Noticias Financieras*, 2022, <https://www.proquest.com/docview/2722818918?accountid=27889&sourcetype=Wire%20Feeds>.
115. X, "Fluvius beëindigt vervroegd inschrijvingsperiode voor groene obligatie", *De Standaard*, 2023, [Fluvius beëindigt vervroegd inschrijvingsperiode voor groene obligatie | De Standaard](#).
116. X, "Green Globe", *GCB*, <https://www.gcb.de/en/sustainability/gcb/green-globe/>.
117. X, "Meaning of greenwashing in English", *Cambridge Dictionary*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/greenwashing>.
118. X, "PAPIER.BE LANCEERT CAMPAGNE TEGEN GREENWASHING", *Papier.be*, 2023, <https://www.papier.be/nl/papier-be-lanceert-campagne-tegen-greenwashing/>.
119. X, *A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigative, Law Enforcement, and Rulemaking Authority*, 2021, [A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigative, Law Enforcement, and Rulemaking Authority | Federal Trade Commission \(ftc.gov\)](#).
120. X, *Groen afwassen of greenwashing?*, 2021, <https://www.test-aankoop.be/woning-energie/afwasmiddelen/nieuws/groen-afwassen>.
121. X, *Groene obligatie 2023*, 2023, [Groene obligatie 2023 | Fluvius](#).
122. X, *INREV: verlamming dreigt door onduidelijke definities en meetmethoden SFDR*, <https://www.blumodule.nl/blog/inrev-verlamming-dreigt-door-onduidelijke-definities-en-meetmethoden-sfdr>.
123. X, *Part 260- Guides For The Use Of Environmental Marketing Claims*, 2012, <https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/press-releases/ftc-issues-revised-green-guides/greenguides.pdf>.
124. X, *RAAMWERK GROENE FINANCIERING*, 2023, [raamwerk-groene-financiering-2023.pdf \(fluvius.be\)](#).
125. X, *Taxonomy: Final report of the Technical Expert Group on Sustainable Finance*, 2020, https://finance.ec.europa.eu/system/files/2020-03/200309-sustainable-finance-teg-final-report-taxonomy_en.pdf.
126. X, *Tijdlĳn van de rechtszaak van Milieudefensie tegen Shell*, <https://milieudefensie.nl/klimaatzaakshell/tijdlĳn-klimaatzaak-tegen-shell>.

7. Lijst met figuren

Figuur 1:



Figuur 2:



Figuur 3:

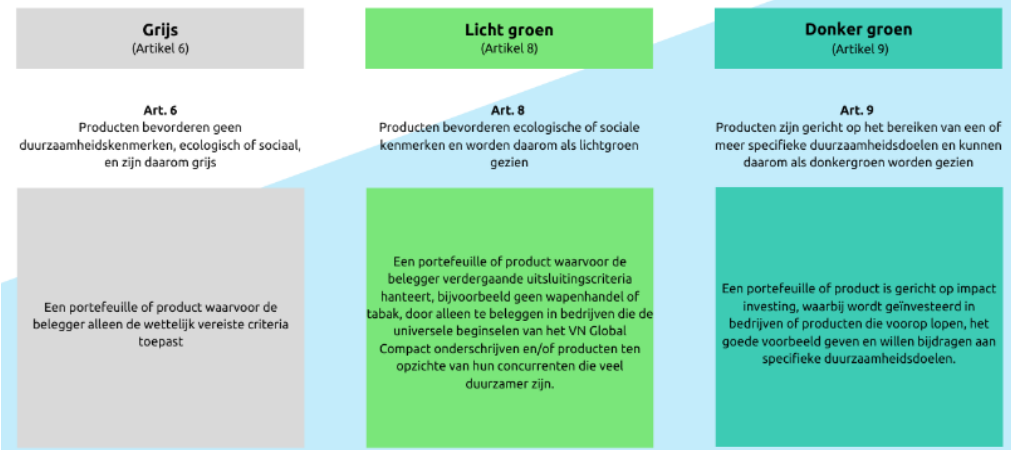


Figuur 4:



SFDR: ESG-disclosure

Figuur 5:



Figuur 6:

FIGURE 2. DIMENSIONS USED TO ANALYSE GREENWASHING RISKS

Dimensions	Detailed parameters used to analyse greenwashing risks under each dimension		
Roles	Trigger	Spreader	Receiver
Sustainability topics (and sub-topics) about which a claim is communicated	Governance and resources - Board and senior management role (governance-related elements of entity-level ESG policies) - ESG resources and expertise (incl. ESG dedicated staff)	ESG strategy - ESG strategy, objectives, characteristics (integration of sustainability in strategy, ESG characteristics, sustainable objectives, taking into account clients' sustainability preferences) - Sustainability management policies - ESG credentials (qualifications, labels, certificates): adherence to (voluntary) reporting frameworks (e.g. UNPRI, TCFD), labels, ratings, awards, certifications - Engagement with stakeholders (proxy voting and active engagement)	Sustainability metrics and targets - ESG performance to date: ESG results, metrics for real-world impact - Pledges about future ESG performance: ESG targets (incl. net zero targets), transition plans
Qualities through which the claim is misleading investors or consumers	Misleading through provision of information - Empty claims (exaggeration and/or failure to deliver on claims) - Inconsistency - Irrelevance - Outright lie (false) - Suggestive non-textual imagery and sounds - Suggestive use of ESG-related terminology Misleading through omission of information - Selective disclosure / cherry-picking - Omission or lack of disclosure - Vagueness or ambiguity or lack of clarity - Lack of fair and meaningful comparisons, thresholds and/or underlying assumptions - No proof (unsubstantiated) - Outdated information		
Channels through which the claims are communicated	Regulatory information (e.g. Prospectuses, Financial statements, Mandatory sustainability disclosures, Issuers' press releases etc.) Marketing materials (including website, social media, presentations to investors) Ratings (inc. ESG ratings) and Benchmarks & Labels Intermediary/advice information Product information (including internal classifications) Voluntary reporting , falling outside previous categories		