



# **Van claim naar feit**

De waarheid  
achter groen

De impact van de Directive on Empowering  
Consumer for the Green Transition (ECGT)

## Van claim naar feit; de waarheid achter groen

In een tijd waarin duurzaamheid steeds belangrijker wordt, kiezen bedrijven vaak voor groene marketing om hun producten te promoten. Helaas is meer dan de helft van deze claims misleidend.

De Directive on Empowering Consumers for the Green Transition (ECGT) pakt greenwashing aan, maar bevat daarnaast ook regels over productlevensduur, reparatiebaarheid, duurzaamheidslabels en consumenteninformatie. Bedrijven moeten hun duurzaamheidsclaims onderbouwen met objectieve, verifieerbare cijfers. Greenwashing wordt bij wet verboden.

Met de ECGT richt Europa zich op transparantie, eerlijke communicatie en het bestrijden van greenwashing. Dit heeft tot gevolg dat bedrijven duurzamere producten moeten ontwikkelen en consumenten beter geïnformeerde keuzes kunnen maken.

Deze whitepaper verkent de impact van de ECGT en beschrijft hoe bedrijven zich kunnen voorbereiden op deze nieuwe verplichtingen.

## Inhoudsopgave

- Een wereld waarin groen het nieuwe goud is | 2
- De groene misleiding voorbij: Europa pakt greenwashing aan | 3
- Nieuwe regels voor eerlijke duurzaamheid | 4
- De routekaart naar een circulaire toekomst | 5
- De ECGT & bedrijfsvoering: je woord is niet genoeg | 6
- Groene verpakkingen, echte impact! | 7

## Om te onthouden

- De ECGT is op 27 maart 2026 door de lidstaten omgezet in nationale wetgeving. De nieuwe regels zijn vanaf 27 september 2026 van toepassing op bedrijven.
- Onterechte of vage milieucclaims worden verboden door de ECGT.
- Alleen duurzaamheidslabels die zijn gebaseerd op een erkend certificeringssysteem of zijn vastgesteld door een overheidsinstantie mogen nog worden gebruikt.
- Bedrijven moeten transparant zijn over de levensduur en duurzaamheid van hun producten.



# Een wereld waar groen het nieuwe goud is

In een wereld waar groen het nieuwe goud is, struikelen bedrijven over elkaar heen om hun producten als duurzaam te presenteren. Maar liefst driekwart van de producten op de Europese markt claimt groen of duurzaam te zijn. Toch blijkt uit onderzoek van de Europese Commissie in 2020 dat meer dan de helft van deze claims vaag, misleidend of simpelweg onjuist is.



## 75%

van de producten op de Europese markt claimt **groen of duurzaam** te zijn.



## >50%

van de groene of duurzaamheids-claims is **vaag, misleidend of onjuist**.



## ~50%

van de 230 groene labels op de Europese markt heeft **zwakke of afwezige verificatieprocedures**.



## Geen verificatie

*Daarnaast is ook de controle op groene labels niet op orde. Groene labels zijn een keurmerk dat aangeeft of een product voldoet aan milieu-normen. Bijna de helft van de 230 groene labels op de Europese markt heeft zwakke verificatie-procedures of deze procedures ontbreken geheel.*

# De groene misleiding voorbij: Europa pakt greenwashing aan

Het gebruik van misleidende of onvolledige informatie door bedrijven om hun producten of processen milieuvriendelijker te laten lijken dan ze werkelijk zijn, wordt greenwashing genoemd. Dit zet consumenten bewust op het verkeerde been over de werkelijke duurzaamheid van een product.

## Europa komt in actie

Mede dankzij de toenemende bewustwording van consumenten en de druk van maatschappelijke organisaties werd de roep om wetgeving die greenwashing aan banden legt de afgelopen jaren steeds luider.

Het antwoord van de Europese Commissie komt in de vorm van de Directive on Empowering Consumers for the Green Transition (ECGT). Met deze richtlijn, die 17 januari 2024 door het Europees Parlement werd goedgekeurd, neemt Europa een duidelijk standpunt in tegen greenwashing.

De richtlijn gaat voor alle Europese bedrijven gelden. Voor bepaalde verplichtingen gelden uitzonderingen voor micro-ondernemingen. De richtlijn werd op 17 januari 2024 aangenomen. Lidstaten moesten deze uiterlijk 27 maart 2026 omzetten in nationale wetgeving. De regels zijn vanaf 27 september 2026 van toepassing.

## Belangrijke maatregelen uit de ECGT

- De etikettering van producten moet verbeteren.
- Misleidende milieucclaims zijn verboden.
- Bedrijven moeten kunnen bewijzen dat hun producten echt duurzaam zijn.



**Greenwashing** verwijst naar het misleiden van consumenten door producten of diensten milieuvriendelijker te laten lijken dan ze zijn. Bedrijven gebruiken hierbij valse of onvolledige claims om duurzaamheid te suggereren zonder dit te onderbouwen met feiten.

**Greenwashing** is het fenomeen waarbij bedrijven ambitieuze duurzame doelen stellen zonder concreet plan of haalbare strategie om deze waar te maken. Door een hoopvol toekomstbeeld te schetsen lijkt het alsof ze bijdragen aan duurzaamheid, terwijl verandering vaak uitblijft.

**Greenhushing** is wanneer bedrijven duurzame acties ondernemen, maar er bewust voor kiezen om er helemaal niet over te communiceren. Dit gebeurt vaak om mogelijke beschuldigingen van greenwashing te vermijden. Dit kan het zicht op echte vooruitgang vertroebelen.

# Nieuwe regels voor eerlijke duurzaamheid

De ECGT is opgezet vanuit het idee dat consumenten goed geïnformeerde en duurzame keuzes moeten kunnen maken bij de aankoop van een product. Het omvat een breed pakket aan regelgeving. De belangrijkste maatregelen zijn:



## Transparante informatie over producten

Bedrijven moeten duidelijke en betrouwbare informatie geven over hoe duurzaam een product is. Waar informatie over levensduur wordt verstrekt, moet deze duidelijk, betrouwbaar en verifieerbaar zijn.



## Een verbod op valse milieulabels

Alleen erkende en gecontroleerde keurmerken mogen worden gebruikt.



## Transparantie over duurzaamheid

Wanneer bedrijven duurzaamheidsclaims maken, moeten deze duidelijk, controleerbaar en goed onderbouwd zijn.



## Een verbod op geplande veroudering

Producten mogen niet langer zo ontworpen zijn dat ze al na een korte tijd niet meer goed werken of vervangen moeten worden.

## Verboden marketingpraktijken

Daarnaast beschrijft de ECGT een aantal veelvoorkomende marketingpraktijken die verboden worden. Enkele voorbeelden:

- Algemene milieuclaims maken over producten zonder hier bewijs voor te geven.
- Zeggen dat een product goed is voor het milieu, omdat de fabrikant de uitstoot van vervuiling ergens anders goedmaakt.
- Groene labels gebruiken die niet zijn goedgekeurd door de overheid of erkende organisaties.

Op deze manier zorgt de ECGT ervoor dat straks alleen echt duurzame producten zich als duurzaam mogen presenteren.



# Routekaart naar een circulaire toekomst

Het verbieden van greenwashing en het zorgen voor betrouwbare informatie over duurzaamheid geeft de consument de mogelijkheid om milieubewuste keuzes te maken. Op deze manier draagt de ECGT bij aan de overgang naar een circulaire economie. Dit is een economie waarin producten zo lang mogelijk meegaan en ontworpen zijn voor hergebruik en reparatie in plaats van vervanging. Cruciaal hierbij zijn ook het verbod op geplande veroudering en de verplichting om duidelijkheid te geven over de garantie op een product.

## Geplande veroudering

Bedrijven moeten voor de aankoop eerlijk aangeven of een product in de toekomst onbruikbaar wordt door geplande veroudering. Voor digitale producten geldt daarbij dat consumenten moeten weten of toekomstige software-updates het product negatief zullen beïnvloeden.

Ook het recht op reparatie wordt door de ECGT versterkt. Zeggen dat een product gerepareerd kan worden terwijl dat niet het geval is, wordt verboden.

## 2 jaar garantie

Een belangrijk onderdeel van het verlengen van de levensduur van een product is de garantieperiode. In deze periode wordt een product gerepareerd op kosten van de fabrikant.

Consumenten hebben binnen de EU recht op wettelijke bescherming bij non-conforme producten gedurende minimaal twee jaar. Kopers moeten hierover duidelijk geïnformeerd worden.



## Verdere verboden vanuit de EU



Reclame maken voor goederen die zo ontworpen zijn dat ze snel slijten.



Onterecht zeggen dat producten duurzaam zijn of lang meegaan onder normale omstandigheden.



Zeggen dat een product gerepareerd kan worden, terwijl dat niet zo is.



# Onze kennis, jouw voorsprong

De PPWR stelt bedrijven voor grote uitdagingen, maar biedt ook een kans om duurzaamheid echt in de praktijk te brengen.

Packspert vertaalt deze en andere complexe wetten naar heldere en toepasbare informatie, zodat bedrijven niet alleen voldoen aan de regels, maar ook stappen kunnen zetten richting toekomstbestendig ondernemen.

Vanuit onze onafhankelijkheid en kennis helpen wij organisaties hun ketens duidelijk in beeld te krijgen, risico's te beperken, processen goed te regelen en dit alles goed vast te leggen.

Zo maken we samen beleid werkbaar en wordt duurzaam verpakken geen verplichting, maar een waardevolle stap richting een eerlijke en ontbossingsvrije toekomst.

## Heb je vragen over dit onderwerp?

Neem gerust contact op! Wij verdiepen ons graag in alle aspecten die bij verpakkingen komen kijken en maken dit concreet voor jou.

[info@packspert.nl](mailto:info@packspert.nl)

078 652 40 90



### Toegankelijk advies op maat

Wij vertalen voor jou de overvloed aan ingewikkelde informatie naar begrijpelijke taal en een perfect passend advies.



### Duurzaam met impact

We vertellen jou het eerlijke verhaal en helpen je op basis daarvan de meest duurzame keuze te maken.



### Jouw onafhankelijke expert

We zijn een onafhankelijk kenniscentrum, niet beïnvloed door politiek of commercie. We adviseren iedereen die onze hulp kan gebruiken.