

# Duurzaamheid: de Milieu Reclame Code (MRC)

Ontwikkelingen vanuit de zelfregulering



# Inhoud

1. Klachten over milieu- en duurzaamheidsclaims bij de RCC
2. Wat staat er in de Milieu Reclame Code?
3. Uitspraken van de RCC over milieuclaims
4. Wat gebeurt er in Europa?

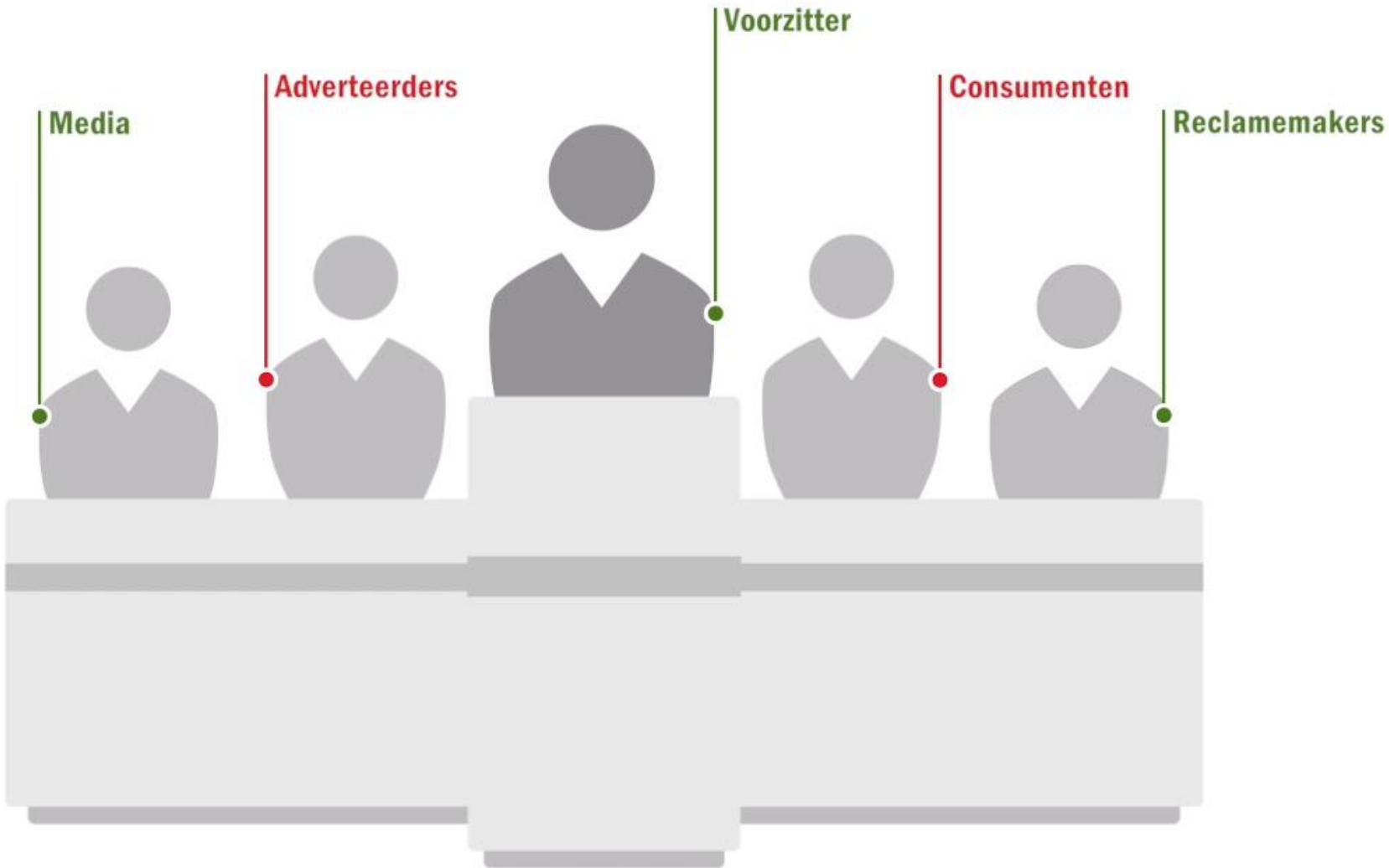


# 1. Klachten bij de Reclame Code Commissie



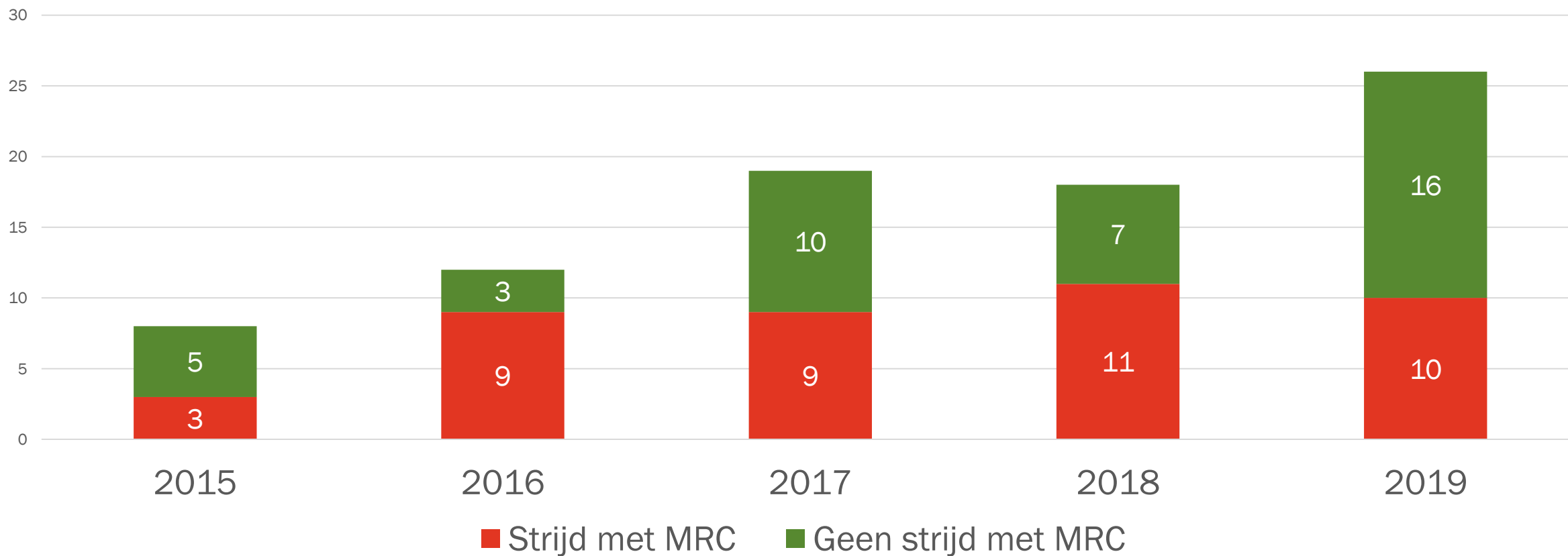
STICHTING  
RECLAME CODE

# De Reclame Code Commissie



- 2019: 4.255 klachten (648 beslissingen)
- Afwijzing
- Aanbeveling
- Toewijzing zonder aanbeveling
- Vrijblijvend advies bij reclame voor denkbeelden (politieke partijen, overheid of NGOs)
  - 96% volgt aanbeveling op
  - 4% non-compliant

# Klachten over milieucclaims 2015-2019



STICHTING  
RECLAME CODE

# Wie klaagt er?

- Voornamelijk de consument (zo'n 94%)
- Maar ook NGO's, bijvoorbeeld:
  - Fossilvrij Onderwijs & Public Interest Litigation Project van het Nederlands Juristen Comité voor de Mensenrechten (*Shell 2019/00308*)
  - Friends of the Earth Europe (*Statoil 2017/00283*) & Milieudefensie (*Statoil 2017/00283, NAM 2017/00458, Shell 2017/00715*)
  - Greenpeace (*Coca-Cola 2017/00812*)

# Toetsingskader milieu- en duurzaamheidsclaims

- Algemeen deel NRC: misleiding (artikel 7 en 8)
- Milieu Reclame Code (MRC): geen misleidende milieuclaims, aantoonbaar juist
- Code voor personenauto's (CVP):
  - ✓ Vermelding brandstofverbruik en CO2-uitstoot
  - ✓ Reclame mag niet appelleren aan of oproepen tot milieuonvriendelijk gedrag
  - ✓ Vermijd termen die auto aanprijzen als milieuvriendelijk product (*zie bijv. 2018/00171*)
  - ✓ Vermijd absolute kwalificaties m.b.t. bijdragen/bevorderen schoon milieu
- Artikel 6 Reclamecode Cosmetische Producten (RCP): indien beweringen worden gedaan m.b.t. het milieu, dan is daarop de Milieu Reclame Code (MRC) mede van toepassing

# Onderscheid milieu en duurzaamheid

- **Milieuclaim:** im- of expliciete referentie aan milieuaspecten verbonden aan productie, distributie, consumptie of afvalverwerking van producten.
- **Duurzaamheidsclaim:** kan milieuclaim zijn, maar kan ook op andere aspecten zien, zoals dierenwelzijn, voedselveiligheid, energie, arbeidsomstandigheden, hergebruik van grondstoffen en het tegengaan van verspilling.
- *adverteerder moet duurzaamheidsclaim nader invullen, anders kan sprake zijn van misleiding*



# 2. De Milieu Reclame Code



STICHTING  
RECLAME CODE

# Milieu Reclame Code (MRC) 2000

- **Artikel 1:** Code is van toepassing op alle milieucclaims
- **Artikel 2:** Milieucclaims mogen niet misleiden
- **Artikel 3:** Milieucclaims moeten aantoonbaar juist zijn
- **Artikel 4:** Maak duidelijk op welke bestanddelen/aspecten van het product de milieucclaim ziet
- **Artikel 5:** Voorwaarden milieucclaim m.b.t. afwezigheid/vermindering milieuschadelijke bestanddelen
- **Artikel 7:** Wees voorzichtig met gebruik milieuaanduidingen en milieusymbolen
- **Artikel 8:** Verwijzingen naar wetenschappelijke werken moeten representatief en controleerbaar juist zijn
- **Artikel 9:** Gebruik alleen testimonials van deskundigen
- **Artikel 10:** Presenteer claims m.b.t. afvalverwerking/inzameling (moet in voldoende mate beschikbaar zijn) en m.b.t. hergebruik (moet in voldoende mate worden gerealiseerd) niet te absoluut
- **Artikel 11:** Stimuleer vermijdbaar milieuonvriendelijk gedrag niet
- **Artikel 12:** Milieucclaims zijn toelaatbaar als ze voldoen aan specifieke overheidsregels

# Eisen aan milieucclaims

- **Geen misleiding (artikel 2 MRC)**

- ✓ Gaat om totale indruk die reclame-uiting wekt door feitelijke mededelingen, afbeeldingen of suggesties, ontbreken van informatie of waarschuwingen
- ✓ Kleine/marginale vooruitgang mag niet nadrukkelijk worden gepresenteerd als een doorbraak

- **Aantoonbaarheid (artikel 3 MRC)**

- ✓ Hoe absoluiter de claim, hoe zwaarder de bewijslast van adverteerder
- ✓ Wees dus terughoudend m.b.t. gebruik van absolute claims
- ✓ Gebruik van woorden als *'milieuvriendelijk'*, *'schoon'*, *'groen'*, *'goed voor het milieu'* zonder nadere nuancering al snel absoluut
- ✓ Ook voor waarschuwingen in reclame voor milieuaspecten van bepaalde producten geldt zware bewijslast



# Gebruik van keurmerken

- Wees voorzichtig met het gebruik van milieuaanduidingen, symbolen, keurmerken en dergelijke (artikel 7 MRC)
- Gebruik ze alleen als:
  1. de herkomst duidelijk is en
  2. verwarring over de betekenis is uitgesloten
- Oproep ACM:
  - stop met individuele bedrijfslogo's die suggereren dat er aan een bovenwettelijke norm wordt voldaan, beperk het aantal keurmerken en span je steviger in voor goede uniforme keurmerken



STICHTING  
RECLAME CODE

# Is de Milieu Reclame Code toekomstproof?

- Code stamt uit 1991, laatste update 1 oktober 2000 en heeft alleen betrekking op milieuclaims
- Omvormen naar duurzaamheidscode?
- Najaar 2020 start evaluatie adverterend bedrijfsleven
- Update 2021



# 3. Uitspraken van de RCC



STICHTING  
RECLAME CODE

# Houtkachels en milieucclaims

- 2018/00524
- **Klacht:** ‘Daar wordt het hele Nederlandse milieu, ja zelfs de aarde vrolijker van’ is misleidende milieucclaim: uitstoot schadelijke stoffen, niet CO2-neutraal omdat hout een fossiele brandstof is, bijdrage aan luchtverontreiniging/gezondheidsklachten
- **RCC:** geen absolute milieucclaim, wel te mooie voorstelling van zaken. Juistheid niet aangetoond, strijd met artikel 2 en 3 MRC.
- Let dus op bij het aanprijzen van hout/pelletkachels en vermijd termen als:
  - ‘groene energie’ (2017/00152)
  - ‘CO2-neutraal’ (2017/00161 en 2019/00674)
  - ‘duurzame energiebron’ (2017/00152)
  - ‘milieuvriendelijk’ (2018/00708 en 2019/00674)
  - ‘fijnstofvrij’ (2020/00007)
  - ‘schone houtstook’ (2020/00122)





# Uitspreken van ambitie?

- 2019/00656/A
- "Al even in Nederland, met wortels in Zweden. En altijd al een bedrijf dat energie opwekt uit schone bronnen. Zoals waterkracht [...]. We maken natuurlijk ook gebruik van zon en - typisch Nederlands - wind. **Maar fossielvrije energie produceren is niet genoeg.**"
- **Klacht:** misleidend, want Vattenfall maakt gebruik van grote hoeveelheden fossiele energie en niet-duurzame kernenergie.
- **Verweer:** ambitie is binnen één generatie fossielvrij leven. Geen absolute claim dat geen enkel gebruik wordt gemaakt van fossiele brandstoffen en kernenergie.
- **RCC:** Niet duidelijk genoeg dat ambitie wordt beschreven, Gemiddelde consument zal denken dat adverteerder al haar energie al schoon opwekt, maar dat hulp nodig is van publiek om de ambitie 'fossielvrij leven binnen één generatie' te realiseren door 'fossielvrij te reizen, werken én wonen'.
- **Strijd met artikel 2 MRC**



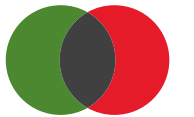


# Groene energie

- 2020/00320
- **Klacht:** misleidend want klant weet niet van wie de energie komt en of deze groen is
- **VZ RCC:** Energieleverancier mag stroom specifiek als groene stroom aanprijzen als hij door middel van **Garanties van Oorsprong** kan aantonen dat zijn energie is opgewekt uit hernieuwbare bronnen.
- De gemiddelde consument weet dat zowel grijze als groene stroom via hetzelfde elektriciteitsnet aan verbruikers wordt geleverd.
- De consument wordt geacht te begrijpen dat hij via het elektriciteitsnet 'groene' stroom geleverd krijgt, doordat adverteerder evenveel groene stroom aan het elektriciteitsnet levert als de klant jaarlijks verbruikt. In dat geval kan per saldo worden gezegd dat de klant daadwerkelijk groene stroom geleverd krijgt.
- **Gangbare en legitieme reclamepraktijk**
- **Afwijzing**



STICHTING  
RECLAME CODE



**STICHTING  
RECLAME CODE**

# 100% klimaatneutraal

- 2019/00142
- **Klacht:** 100% klimaatneutraal is niet mogelijk, saus verpakt in plastic flessen.
- **Verweer:** in de commercial wordt niet over de verpakking van de sauzen gesproken, maar wordt benadrukt dat de sauzen van Remia 100% klimaatneutraal worden geproduceerd.
- **RCC:** Uit geheel van de commercial blijkt voldoende duidelijk dat “klimaatneutraal” (alleen) slaat op productiewijze van de sauzen en niet op verpakking.
- Remia heeft voldoende aannemelijk gemaakt dat de productie klimaatneutraal genoemd mag worden, door te verwijzen naar de inhoud van haar MVO-brochure, die op haar website is opgenomen.
- **Afwijzing**





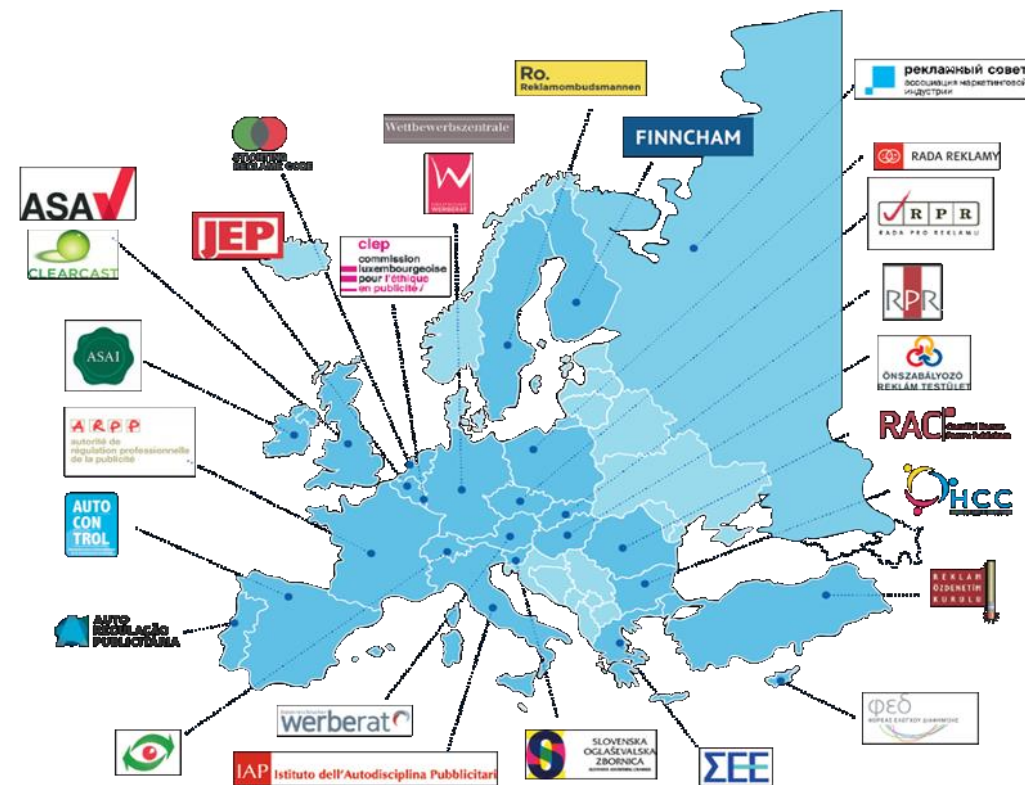
# KLM Biofuel

- 2020/00136
- **Klacht:** vraag ‘worden er al vluchten uitgevoerd met 100% biofuel?’ is suggestief en antwoord (‘tot maximum van 50%’) is misleidend
- **RCC:** Blogpost wekt de indruk dat een (slechts door kwaliteitsrichtlijnen beperkt) gebruik van (bijna) 50% biobrandstof in de praktijk al voorkomt
- Onvoldoende duidelijk dat daadwerkelijke percentage slechts 0,18% bedraagt
- Onjuiste indruk over milieuaspecten en over bijdrage KLM aan bevorderen schoon leefmilieu
- **Strijd met artikel 2 MRC**



# Wat gebeurt er in Europa?

- Inventarisatie EASA:
  - o.a. Spanje, Ierland, Frankrijk en VK hebben speciale codes of bepalingen
  - Zweden past het **ICC Framework for Responsible Environmental Marketing Communications (2019)** toe. Dit bevat:
    - *General overview and guidance on green claims*
    - *Environmental claims checklist*
    - *Table of existing ICC principles with interpretation and commentary*
- Consultatie New Consumer Agenda Europese Commissie: *Empowering the consumer for the green transition*
- Verbeteren van consumenteninformatie & consumentenbescherming tegen ‘greenwashing’
- Green Deal & Circular Economy Action Plan (CEAP)



# Vragen?



Stel ze nu of later aan Fleur of Fiona via [compliance@reclamecode.nl](mailto:compliance@reclamecode.nl)



STICHTING  
RECLAME CODE