

Bird & Bird

De duurzame consument begrijpt er (n)iets van

Nina Dorenbosch

VvRr Voorjaarsvergadering

15 april 2025



Wie is de gemiddelde "duurzame" consument?

Specifiek in duurzaamheid geïnteresseerde consument?

Standaard gemiddelde consument?

Sneller door duurzaamheidsclaims te misleiden consument?



De geëngageerde consument

- *"De onjuiste indruk die wordt gewekt over de verhouding tussen fossiele en niet-fossiele financiering door ING kan de **gemiddelde consument** ertoe doen besluiten om bij ING te gaan of te blijven bankieren"*
 - RCC 2023/00116 & 2023/00446 (ING)
- *"De **gemiddelde consument** mag bekend worden verondersteld met de schadelijke effecten van de melkveehouderij en de zuivelproductie."*
 - RCC 2023/00208 (Melkunie)
- *"Verder kan de **gemiddelde consument** inmiddels op de hoogte worden geacht van de schadelijke effecten van vliegreizen zodat hij dit aspect bij zijn keuze voor een reis kan betrekken."*
 - CvB RCC 2022/00535 (Grootouders voor het Klimaat/Corendon)

Den Haag wil verbod op fossiele reclame doorzetten, ondanks verzet reisbranche: ‘Minder mensen die vliegen betekent minder vluchten’



Maarten Albers

is economieredacteur van de Volkskrant.

11 april 2025, 15:10

x.	Fossiele reclame:	reclame over de producten en diensten fossiele brandstoffen, vliegvakanties, vliegtickets, grijze stroomcontracten, gascontracten, cruisereizen of auto's met een fossiele of hybride brandstofmotor.
----	-------------------	---

APV Den Haag, art. 1:1

3 consumenten voor de prijs van 1?

Rb. Amsterdam, ECLI:NL:RBAMS:2024:1512 (Fossielvrij/KLM)

Standaard gemiddelde consument

"Fictieve doorsnee-consument"

Maar, invulling gemiddelde consument afhankelijk van de **context**

Geïnteresseerde consument

*"bereid zich in de door de handelaar aangeboden informatie te **verdiepen**"*

*"informatie **op waarde te schatten** en om zo nodig **nadere informatie te zoeken**, waarna zo nodig de informatie uit verschillende bronnen **met elkaar in verband** wordt gebracht"*

Maar, niet altijd in staat om info uit verschillende bronnen te verwerken

Makkelijk te misleiden consument

*"Consumenten houden zich bezig met duurzaamheid en de wens om daarin betere keuzes te maken **speelt in toenemende mate een rol** bij de beslissing om een bepaald product wel of niet te kopen"*

*"gemiddelde consument, vanuit een alertheid voor klimaatgerelateerde kwesties, **gevoelig** is voor "groene" claims"*

Sustainability sells

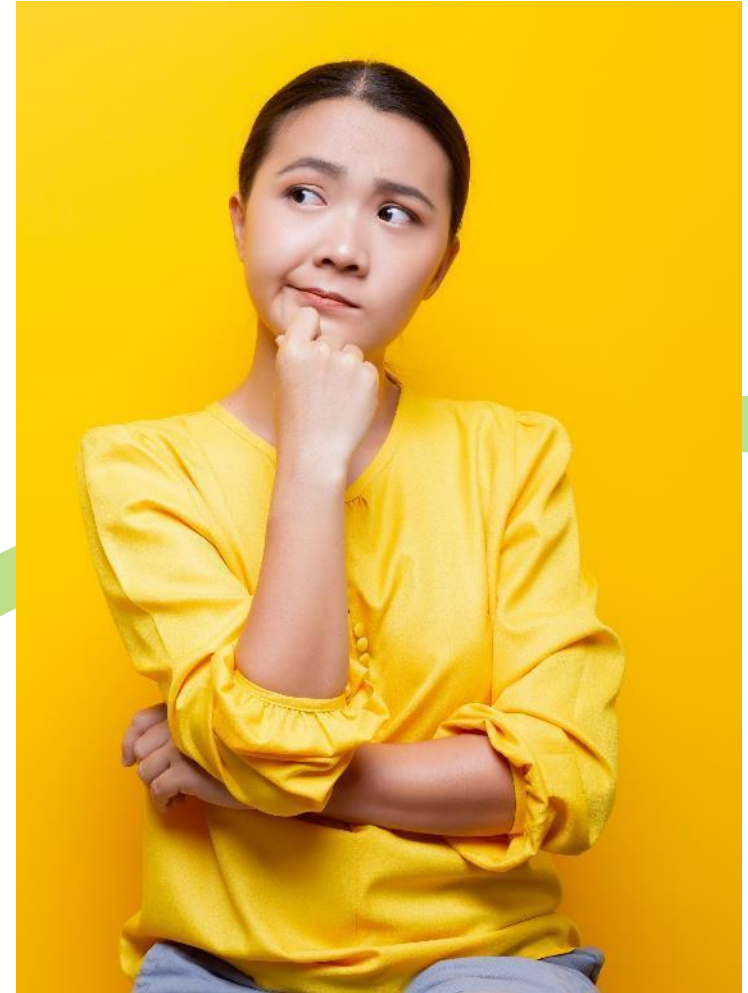
80%

KPMG 2023

5%



Monitor Merk & Maatschappij 2024



Wat begrijpt de gemiddelde consument niet?



Wat begrijpt de consument niet?

CO₂-compensatie & CO₂-neutraal

- *"Uit onderzoek blijkt dat **consument** informatie over CO₂-compensatie **moeilijk begrijpen**. [...] **Consumenten snappen namelijk niet** direct dat het compenseren van CO₂ het product zelf niet minder schadelijk maakt voor het milieu/klimaat"*
 - ACM Leidraad Duurzaamheidsclaims
- *"Dergelijke claims moeten in alle omstandigheden worden verboden [...], aangezien zij **consumenten** misleiden door hen te **doen geloven** dat zij betrekking hebben op het product zelf [...] of **consumenten de valse indruk** geven dat de consumptie van dat product geen milieugevolgen heeft."*
 - Empowering Consumers Richtlijn, preambule para 12

Wat begrijpt de consument niet?

CO₂-compensatie & CO₂-neutraal



RCC 2023/00091 (Shell)



RCC 2021/00553 (KLM)



RCC 2024/00627 (Melkunie)



RCC 2023/00554 (TravelEssence)

Delivered carbon neutral

RCC 2024/00153 (Zalando)



Wat begrijpt de consument niet?

Vage termen

eco
koolstofneutraal
goed voor het milieu
biologisch afbreekbaar
milieuvriendelijk
duurzaam
klimaatneutraal
koolstofarm
niet vervuilend
emissievrij
recyclebaar
ecologisch
eerlijk
vriend van de natuur
verminderde co2-uitstoot
klimaatvriendelijk
duurzamer
gerecycled
verantwoord
schoon

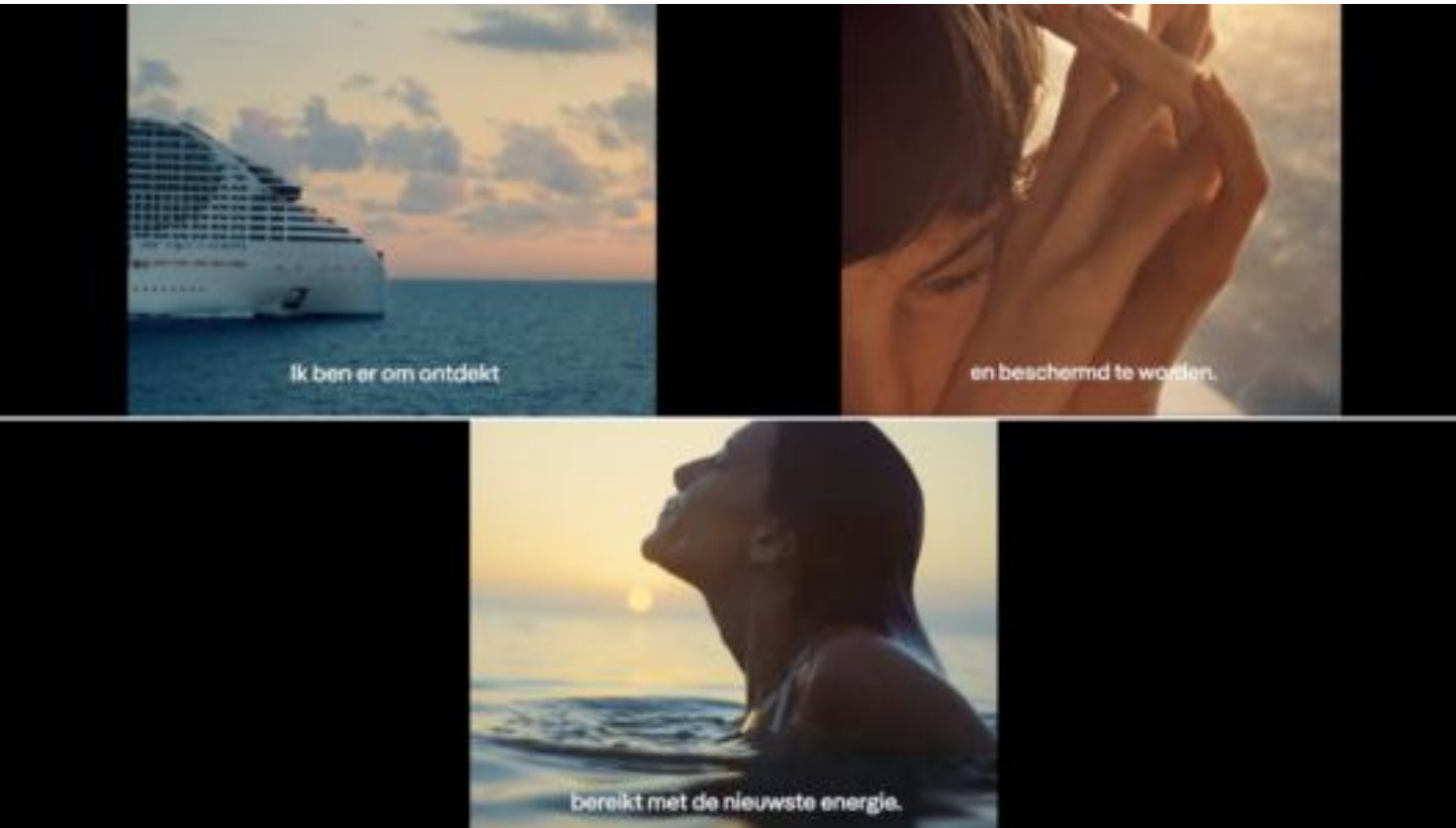
Vage termen

- Begrippen als "duurzaam" hebben "geen vastomlijnde betekenis"
 - RCC 2014/00812 (Eneco)
- "Vage en algemene verklaringen betreffende milieuvoordelen [...] Het maakt voor de consument ook niet duidelijk wat KLM concreet voor ogen heeft"
 - Rb. Amsterdam, ECLI:NL:RBAMS:2024:1512 (KLM)



Vage termen

RCC 2024/00298 (MSC Cruises)



Bron: gofossilfree.org



Wat begrijpt de consument wel?

Geen vage termen?



a.s.r. verzekeringen + Volgen ...
55.567 volgers
4 mnd • Bewerkt •

Ook dit is duurzaam doen

Bij 'duurzaamheid' denk je al snel aan zonnepanelen en windmolens, maar er is meer dan dat. Veel meer.

Bij a.s.r. geloven we dat we samen het verschil kunnen maken met duurzamere keuzes. Zodat we bijdragen aan een samenleving die inclusiever, gezonder en groener is.

Zo is goed voor jezelf zorgen als ondernemer óók duurzaam. Want dan kan jouw onderneming door blijven draaien. En daar hebben de mensen om je heen en de samenleving ook voordeel bij. Goed voor jezelf zorgen kan al met zoiets simpels als een dagelijkse wandeling of goede nachtrust. En wij helpen je met een arbeidsongeschiktheidsverzekering, die ook bijdraagt aan het voorkomen van arbeidsongeschiktheid. Bijvoorbeeld doordat onze arbeidsdeskundige met je meedenkt over je ontwikkeling als ondernemer of bij tegenslag in je bedrijf.

Ontdek wat jij kan doen op <https://lnkd.in/e7MdqCi4>



RCC 2024/00511 (a.s.r.)

Wat begrijpt de consument wel?

Geen vage termen?

Kraan eruit, Quooker erin

Geef je keuken een duurzame upgrade en vervang je eigen mengkraan door een Quooker! Dat is heel simpel. De Quooker-kraan komt in het gat dat je oude kraan achterlaat. Je geniet meteen van het ultieme gemak van direct kokend water uit de kraan.

→ [Bestel jouw Quooker-systeem](#)



RCC 2023/00528 (Quooker)



RCC 2023/00257 (Bud)



RCC 2023/00234 (Heineken)

Wat begrijpt de consument niet?

Visuele context

- **"beeldmateriaal en de algemene productpresentatie (d.w.z. ontwerp, kleurkeuze, afbeeldingen, foto's, geluiden, symbolen en etiketten"**
- **"afbeelding (van bv. bomen, regenwouden, water, dieren) en kleuren (bv. een blauwe of groene achtergrond of letters) [...] die associaties met milieuduurzaamheid oproepen"**
 - Richtsnoeren Europese Commissie OHP-Richtlijn
- **"Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat het gebruik van de kleur groen of de afbeelding van een boom of blad bij consumenten onterecht de indruk kan wekken dat een product bepaalde milieuvoordelen heeft – terwijl het product deze voordelen niet heeft – of voldoet aan de eisen van een keurmerk"**
 - ACM Leidraad Duurzaamheidsclaims (2023)



Samen met onze boeren en melkveehouders maken we vandaag in heel Nederland onze nieuwe Campina Sterke Start yoghurt uit.



Deze yoghurt is van nature rijk aan proteïne en helpt je bij een sterke start van de dag. Heel jij 'm al geproefd?

RCC 2022/00329 (FrieslandCampina)

Wat begrijpt de consument niet?

Keurmerk

- *"Bedrijfskeurmerken worden afgeraden [...] **Consumenten denken** namelijk dat keurmerken uitgegeven zijn door de overheid of dat er sprake is van een onafhankelijke controle"*
 - ACM Leidraad Duurzaamheidsclaims (2023)
- *"Bovendien zijn **consumenten niet op de hoogte** van het onderscheid tussen keurmerken die onder certificeringsregelingen van derden vallen en keurmerken op basis van "zelfcertificering", d.w.z. keurmerken die niet door derden zijn geverifieerd."*
 - Voorstel Richtlijn Groene Claims



RCC 2024/00242 (Weerribben Zuivel)



RCC CvB 2021/00472 (Arla)

RCC CvB 2023/00050 (Marley Spoon)

RCC 2024/002025 (Plus)

Wat begrijpt de consument niet?

Deel in plaats van het geheel

- "We finance billions of euros of **green projects** and companies around the world. We say a **flat-out 'no'** to certain businesses and 'yes, but' to others [...] We steer our **portfolio** away from high-carbon technology"
- "ING finances today's society, which means, yes, we do **finance things that aren't green**"

RCC 2023/00116 & RCC 2023/00446 (ING)



RCC 2024/00239



RCC CvB 2024/00022

FAIR FRIDAY
Voor de generatie van morgen

Een duurzamere reis voor een normale prijs. Denk aan een fair travel hotel met erkend duurzaamheidslabel of treinreis.

TOT 100,- VOORDEEL P.P.

[Bekijk het aanbod](#)



Fair travel zonvakanties



RCC CvB 2023/00640

Wat begrijpt de consument niet?

Vershil ambitie & realiteit



Rb. Amsterdam, ECLI:NL:RBAMS:2024:1512

*"Wij veranderen voor een **schonere toekomst**. Om Nederland warm, in bedrijf en in beweging te houden is Shell actief in olie en gas. Maar **wij veranderen** voor een schonere toekomst. Dat moeten we, kunnen we, dat willen we. Dus investeert Shell ook in nieuwe energie voor Nederland. Met bijvoorbeeld elektrisch rijden, waterstof en biobrandstof"*

- *"De **gemiddelde consument** zal dit in het juiste perspectief plaatsen en de boodschap van de uitingen niet zo opvatten dat bij Shell inmiddels een complete of vergaande energietransitie heeft plaatsgevonden"*
- **Geen invulling aan de genoemde ambitie**
 - RCC CvB 2023/00346

De gemiddelde consument

ACM vs. RCC

- "Daarbij wordt uitgegaan van de vermoedelijke verwachting van een gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument op basis van de totale reclame-uiting en de context"
- "De gemiddelde consument zal ook verder niet in verwarring raken over het feit dat het hier om een ambitie gaat"
- "Tevens zal deze consument begrijpen dat men op de website van Eneco meer informatie [...] vindt [...] over de wijze waarop Eneco in 2035 klimaatneutraal ambieert te zijn"
 - RCC CvB 2023/00286 & RCC 2024/00509



Weet jij nu wat hier
klimaatneutraal aan is?



EU Richtlijnen

Empowering Consumers Richtlijn + Voorstel Richtlijn Groene Claims

- *"Het verstrekken van betere informatie over de duurzaamheid/levensduur van producten werd aangemerkt als de beste optie om consumenten meer macht te geven binnen de groene transitie"*
 - Voorstel Empowering Consumers Richtlijn
- *"Consumenten willen beter worden geïnformeerd over de milieueffecten van hun consumptie en willen betere keuzes maken"*
 - Voorstel Richtlijn Groene Claims
- Risico van **information overload?**
 - Bijvoorbeeld: weglaten van *"negative trade-offs"*
 - Voorstel Richtlijn Groene Claims, preambule para 19

Conclusie: Begrijpt de consument er iets van?

De consument *wil* er graag iets van begrijpen

Althans, tot op zekere hoogte...

De consument is hoopvol, en dus relatief makkelijk te "verleiden"

Maar ook steeds kritischer

Duurzame keuzes blijven lastige keuzes





Nina Dorenbosch

Senior Associate

Nina.dorenbosch@twobirds.com

Thank you

twobirds.com

The information given in this document concerning technical legal or professional subject matter is for guidance only and does not constitute legal or professional advice. Always consult a suitably qualified lawyer on any specific legal problem or matter. Bird & Bird assumes no responsibility for such information contained in this document and disclaims all liability in respect of such information.

This document is confidential. Bird & Bird is, unless otherwise stated, the owner of copyright of this document and its contents. No part of this document may be published, distributed, extracted, re-utilised, or reproduced in any material form.

Bird & Bird is an international legal practice comprising Bird & Bird LLP and its affiliated and associated businesses.

Bird & Bird LLP is a limited liability partnership, registered in England and Wales with registered number OC340318 and is authorised and regulated by the Solicitors Regulation Authority (SRA) with SRA ID497264. Its registered office and principal place of business is at 12 New Fetter Lane, London EC4A 1JP. A list of members of Bird & Bird LLP and of any non-members who are designated as partners, and of their respective professional qualifications, is open to inspection at that address.