



“Green” – tak, “washing” – nie.

Przewodnik dla firm, jak unikać greenwashingu

2024



Spis treści

	Od Autorów	03
	1 Wprowadzenie	05
	2 Perspektywa sektora konsumenckiego	18
	3 Perspektywa sektora finansowego	40
	Podsumowanie	55
	Kontakty	56



Od Autorów

Chociaż pojęcie greenwashingu już od dawna funkcjonuje w świecie biznesu, z czasem nabiera coraz większego znaczenia. Nacisk na zrównoważony rozwój przedsiębiorstw kładą nie tylko konsumenci, ale również inwestorzy i regulatorzy. Wciąż jednak firmy nie są pewne, kiedy narażają się na ryzyko greenwashingu i jakie konsekwencje mogą z niego wynikać. W gąszczu pojęć, regulacji, ale również trendu bycia “eko” łatwo się pogubić.

Warto również zaznaczyć, że greenwashing nie ogranicza się wyłącznie do działań marketingowych. Może występować w raportach ESG, etykietach produktów, dokumentacji wewnętrznej czy strategiach biznesowych.

Na szczęście powstaje coraz więcej regulacji, które określają czym jest greenwashing (m.in. Dyrektywa ws. greenwashingu czy Rozporządzenie Taksonomia UE), ale również regulacji, które przeciwdziałają praktykom greenwashingowym. Jedną z najważniejszych obecnie jest dyrektywa CSRD, która nie tylko wprowadza określone standardy raportowania ESRS, ale także wymaga od raportujących atestacji raportów, dzięki czemu dane w finalnych raportach będą zweryfikowane przez audytora.

Bycie “fair” to często sprawa przetrwania firmy. Aż 94% inwestorów obawia się, że raporty ESG mogą zawierać fałszywe stwierdzenia. Przy czym 75% inwestorów zwraca uwagę na kwestie ESG przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych¹. Na zrównoważony rozwój patrzą także banki, a wiele dotacji dedykowanych jest “zielonym” firmom.



1) PwC's Global Investor Survey 2023

Od Autorów

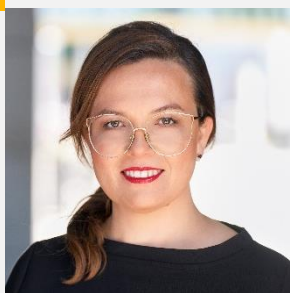
To jasny znak, że ryzyko wystąpienia greenwashingu wpływa na pozyskiwanie funduszy, co z kolei dla biznesu często jest kwestią “być albo nie być” – zwłaszcza dla małych i średnich firm. Nie można także zapomnieć o konsumentach czy partnerach biznesowych. Spółki zobowiązane do raportowania ESG (choćby dyrektywą CSRD) swoimi raportami muszą obejmować także swoich dostawców i podwykonawców.

Przedsiębiorca, który chce się rozwijać i sprostać konkurencji, powinien wiedzieć, jak działać transparentnie i uczciwie – ryzyko kar i wykluczenia z powodu nawet nieświadomego greenwashingu jest zbyt duże.

W przewodniku razem z ekspertami PwC oraz UNEP/GRID-Warszawa staraliśmy się kompleksowo przedstawić zjawisko greenwashingu, wyjaśnić kiedy mamy z nim do czynienia, a także jak uniknąć nieświadomych działań, które mogą mieć jego znamiona. W materiale znajdzie Państwo zagadnienia prawne i studia przypadków. Omówiliśmy również ewolucję podejścia do zrównoważonego rozwoju, od koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) do bardziej kompleksowego podejścia ESG, które stało się obowiązkiem prawnym.

W skrócie – zebraliśmy dla Państwa wszystko to, co firma powinna wiedzieć w zakresie ESG, żeby działać uczciwie, transparentnie i z korzyścią dla swojego biznesu.

Zapraszamy do lektury.



Aleksandra Bańkowska
Partnerka PwC Polska



Tomasz Barańczyk
Partner PwC Polska



Maria Andrzejewska
Dyrektor Generalna
UNEP/GRID-Warszawa



1

Wprowadzenie

Wprowadzenie

W ostatnich latach tematyka **zrównoważonego rozwoju oraz ESG** (*environmental, social, governance*) zyskała rosnącą popularność na rynku polskim. Jest to związane z wprowadzeniem do unijnego porządku prawnego serii regulacji prawnych, których celem jest zmobilizowanie unijnych instytucji finansowych i przedsiębiorstw do prowadzenia biznesu z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju, w tym z uwzględnieniem ryzyka greenwashingu.

Jeszcze kilka lat temu polskie przedsiębiorstwa, odnosząc się do zagadnień zrównoważonego rozwoju, posługiwały się terminem "społeczna odpowiedzialność biznesu" (*corporate social responsibility, CSR*). Dlatego mówiło się o raportach czy inicjatywach CSR. Podejście zmieniło się (lub też powinno się zmienić) wraz z publikacją pierwszych regulacji unijnych, które miały na celu ograniczenie ryzyka greenwashingu:



Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2088 z dnia 27 listopada 2019 r. w sprawie ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych (Dz. U. UE. L. z 2019 r. Nr 317, str. 1 z późn. zm.) (**SFDR**), wraz z aktem delegowanym:

→ Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2022/1288 z dnia 6 kwietnia 2022 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2088 w zakresie regulacyjnych standardów technicznych określających szczegóły dotyczące treści i sposobu prezentacji informacji w odniesieniu do zasady "nie czyn poważnych szkód", określających treść, metody i sposób prezentacji informacji w odniesieniu do wskaźników zrównoważonego rozwoju i niekorzystnych skutków dla zrównoważonego rozwoju, a także określających treść i sposób prezentacji informacji w odniesieniu do promowania aspektów środowiskowych lub społecznych i celów dotyczących zrównoważonych inwestycji w dokumentach udostępnianych przed zawarciem umowy, na stronach internetowych i w sprawozdaniach okresowych (Dz. U. UE. L. z 2022 r. Nr 196, str. 1 z późn. zm.) (**RTS uzupełniający SFDR**)



Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje, zmieniające rozporządzenie (UE) 2019/2088 (Dz. U. UE. L. z 2020 r. Nr 198, str. 13 z późn. zm.)
(Taksonomia), wraz z aktami delegowanymi:

- Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2178 z dnia 6 lipca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 przez sprecyzowanie treści i prezentacji informacji dotyczących zrównoważonej środowiskowo działalności gospodarczej, które mają być ujawniane przez przedsiębiorstwa podlegające art. 19a lub 29a dyrektywy 2013/34/UE, oraz określenie metody spełnienia tego obowiązku ujawniania informacji (Dz. U. UE. L. z 2021 r. Nr 443, str. 9 z późn. zm.).
- Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2139 z dnia 4 czerwca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub w adaptację do zmian klimatu, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem żadnego z pozostałych celów środowiskowych (Dz. U. UE. L. z 2021 r. Nr 442, str. 1 z późn. zm.).

→ Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2023/2486 z dnia 27 czerwca 2023 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w zrównoważone wykorzystywanie i ochronę zasobów wodnych i morskich, w przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym, w zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrolę lub w ochronę i odbudowę bioróżnorodności i ekosystemów, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem któregośkolwiek z innych celów środowiskowych, i zmieniające rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2178 w odniesieniu do publicznego ujawniania szczególnych informacji w odniesieniu do tych rodzajów działalności gospodarczej (Dz. U. UE. L. z 2023 r. poz. 2486).



Regulacje te wprowadziły pojęcia takie jak **“czynniki zrównoważonego rozwoju”** (art. 2 pkt 24 SFDR), **ryzyka dla zrównoważonego rozwoju** (art. 2 pkt 22 SFDR) czy **ESG** (motyw 27 RTS uzupełniających SFDR), nadając im tym samym prawne znaczenie. Wraz z pojawieniem się pierwszych regulacji prawnych w tym zakresie, zmienił się sposób postrzegania wpływu przedsiębiorstw na otoczenie środowiskowo-społeczne: od zagadnień CSR – postrzeganych jako obszar fakultatywny dla przedsiębiorstw, do zagadnień ESG i zrównoważonego rozwoju – jako prawnych obowiązków spółek. Zmiana ta jest na tyle znacząca, że może uzasadniać tezę, że **dotychczasowe działania z zakresu CSR nie wystarczą do realizacji obowiązków prawnych z zakresu ESG**. Dlatego też kluczowa jest odpowiednia terminologia – mówiąc o wpływie spółki na środowisko czy społeczności, powinniśmy świadomie, w oparciu o istniejące ramy prawne, posługiwać się pojęciami takimi jak **“ESG”** czy **“ryzyka dla zrównoważonego rozwoju”**.

Czym wobec tego jest zjawisko greenwashingu?

Na potrzeby Taksonomii prawodawca zaproponował **definicję greenwashingu jako “praktyki pozyskiwania nieuczciwej przewagi konkurencyjnej polegającej na wprowadzeniu do obrotu produktu finansowego jako przyjaznego dla środowiska, kiedy w rzeczywistości nie zostały spełnione podstawowe normy środowiskowe”** (motyw 11 Taksonomii). Definicja ta odzwierciedla praktyki greenwashingowe w sektorze finansowym, stosowane na poziomie produktu. Analogicznych praktyk przedsiębiorstwa dopuszczają się w pozostałych sektorach gospodarki, w stosunku np. do stosowanych certyfikatów z zakresu ESG, komunikatów marketingowych czy danych publikowanych w raportach ESG. Greenwashing, przeciwnie do tego jak może kojarzyć się potocznie, to nie tylko obszar marketingu i PR.

Ryzyko greenwashingu można zidentyfikować również na poziomie strategii biznesowej obejmującej aspekty ESG, raportu zrównoważonego rozwoju, dokumentacji wewnętrznej, oznaczenia produktów jako zgodnych z ESG czy poziomu kompetencji w organizacji. Co do zasady, greenwashingu można dopuścić się zarówno w relacjach konsumenckich (B2C), jak i profesjonalnych (B2B).

Zaproponowane szerokie podejście do ryzyka greenwashingu, wspierane przez europejskie organy nadzoru nad rynkiem finansowym, pozwala na jego odpowiednie ograniczenie, a tym samym zabezpieczenie przed potencjalnymi sankcjami.

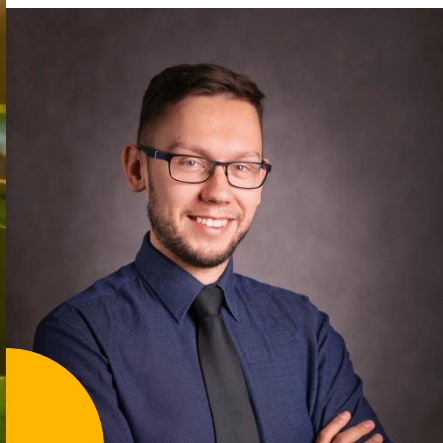
Naruszenia można dopuścić się nie tylko w sferze środowiskowej. W relacji do greenwashingu mówimy również o social-washing, jako naruszeniach dotyczących obszaru społecznego i praw człowieka, oraz corporate governance-washing, jako naruszeniach dotyczących zrównoważonego ładu korporacyjnego. Wszystkie omawiane terminy można objąć pojęciem wspólnym **“ESG-washing”**, jako naruszenia dotyczące obszaru środowiskowego, społecznego oraz ładu korporacyjnego.

Jednocześnie w praktyce można zaobserwować zjawisko przeciwne do greenwashingu, tzw. greenbleaching. Polega ono na **“wybielaniu”** aktywów zrównoważonych (czy też potencjalnie zrównoważonych) w celu uniknięcia dodatkowych obowiązków regulacyjnych (związanych np. z koniecznością uzyskania danych z zakresu ESG, raportowania, publikowania informacji o aspektach ESG produktu na stronie internetowej). Zjawisko to można zaobserwować najczęściej na rynku finansowym i bywa motywowane niezrozumieniem skomplikowanych ram regulacyjnych i próbą uniknięcia odpowiedzialności za potencjalny greenwashing.



Z punktu widzenia transformacji uregulowanie zjawiska greenwashingu ma ogromne znaczenie. Wprowadzanie w błąd konsumentów czy finansowanie działań, które niosą za sobą negatywny wpływ na środowisko bądź społeczeństwo jest kontynuacją podejścia business as usual i próbą wykorzystania nieświadomości inwestorów oraz odbiorców produktów i usług. Unikanie odpowiedzialności biznesu i próby nadużywania ESG jako narzędzia do budowania przewagi konkurencyjnej poprzez nieuczciwe i nietransparentne komunikaty to niezmiernie istotny problem, z którym przychodzi nam się mierzyć. Takie działania podkopują nie tylko świadomość konsumenta i wprowadzają go w błąd, ale również dają błędne przekonanie o podejmowaniu dobrej decyzji, działaniu proekologicznym czy prospołecznym, co w rzeczywistości nie ma miejsca.

Zrozumiałą jest próba wykorzystania ESG jako przewagi konkurencyjnej i nie ma w tym nic złego, dopóki ta przewaga jest realną, a nie sztucznie wykreowaną pozycją rynkową. Myślę, że każdy z nas spotkał się z takimi praktykami jak niemożliwe do zweryfikowania deklaracje, promowanie produktów jako „dobrych dla klimatu”, umieszczanie wymyślonych zielonych certyfikatów, czy nadużywanie słów ekologiczny, zrównoważony, a nawet zielony. Jako społeczeństwo nie lubimy zmian i nakładanych na nas obowiązków, jednak warto zrozumieć, że regulacje, zwłaszcza te nakładające na nas i na przedsiębiorstwa ramy w obszarze ESG, pozwalają na coraz bardziej usystematyzowane i równe zmiany dla całego rynku.



Michał Purol

Dyrektor ds. rozwoju UNEP/GRID-Warszawa

Dlaczego warto mówić o greenwashingu?

Na podstawie danych zebranych przez RepRisk zajmującym się badaniami wykroczeń w zakresie zrównoważonego rozwoju wykazano wzrost o 21,2% domniemyanych przypadków wprowadzającej w błąd komunikacji na tematy związane z ESG w 2023 roku w porównaniu do roku poprzedniego oraz zwielfokrotnienie o 7,3 razy w porównaniu do 2012 roku. Liczba domniemyanych przypadków wzrosła o 26,1% w UE, o 6% w Europie spoza UE i o 51,7% w pozostałych regionach, z wyłączeniem niewielkiego spadku w Ameryce Północnej (o 6,8 %), który można prawdopodobnie wytłumaczyć odwrotem od polityki klimatycznej i tym samym mniejszą liczbą raportów na ten temat².

Z perspektywy trzech wymiarów ESG, najbardziej podatne na greenwashing okazały się kwestie środowiskowe i społeczne (odpowiednio 37% i 33% wszystkich domniemyanych przypadków). Najbardziej narażoną na greenwashing kwestią ekologiczną, zaraz po zagadnieniach oddziaływania na krajobraz, ekosystem i bioróżnorodność (35%), stanowiły twierdzenia okołoklimatyczne. W wymiarze społecznym nadal największy potencjał greenwashingowy wykazują twierdzenia odnośnie oddziaływania na lokalne społeczności - wedle badań RepRisk, ich odsetek w ujęciu rocznym wzrósł z 33% do 40%. W ostatnich latach, jak podaje, wzrasta również odsetek domniemyanych przypadków w zakresie warunków zatrudnienia (łącznie z dyskryminacją) oraz zaangażowania społeczności lokalnych³.



2) Źródło: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com, za: EBA Progress Report on Greenwashing monitoring and supervision, EBA/REP/2023/16.

3) Źródło: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com, za: EBA Progress Report on Greenwashing monitoring and supervision, EBA/REP/2023/16.

Aktualnie przedsiębiorstwa unijne dysponują coraz bardziej precyzyjnymi ramami prawnymi, definiującymi kluczowe zagadnienia z zakresu zrównoważonego rozwoju: “zrównoważona inwestycja” (art. 2 pkt 17 SFDR), “zrównoważona środowiskowo inwestycja” (art. 2 pkt 1 Taksonomii), “produkt promujący aspekty środowiskowe / społeczne” (art. 8 SFDR), “produkt mający na celu zrównoważone inwestycje” (art. 9 SFDR), “fundusz inwestycyjny zrównoważony” czy “fundusz inwestycyjny ESG” (Wytyczne ESMA w sprawie stosowania terminów związanych z ESG lub zrównoważonym rozwojem w nazewnictwie funduszy⁴). W związku z tym, jakiegokolwiek komunikaty, raporty, strategie, dokumenty stosowane w relacjach z klientem czy partnerami biznesowymi powinny, w zakresie w jakim odwołują się do zagadnień zrównoważonego rozwoju, stosować pojęcia z zakresu ESG w rozumieniu nadanym im przez obowiązujące regulacje prawne. Brak spójności między deklaracją przedsiębiorcy a ramami prawnymi z zakresu ESG (np. oświadczenie, że działalność przedsiębiorcy jest zrównoważona środowiskowo, podczas gdy nie spełnia kryteriów wskazanych w Taksonomii), może generować ryzyko greenwashingu.

Jednocześnie, często zachowanie zgodności z ramami regulacyjnymi z zakresu ESG stanowi dla przedsiębiorców spore wyzwanie. Ambitne kryteria kwalifikacji, mnogość regulacji prawnych oraz stanowisk organów nadzoru, przekładająca się na mnogość obowiązków w licznych obszarach (w relacji między spółkami w grupie kapitałowej, z inwestorami, z klientami, z szeroko rozumianymi interesariuszami) przekłada się na praktyczne trudności z prawidłowym zrozumieniem, a następnie wdrożeniem nowych obowiązków. Niemniej, należy jednocześnie weryfikować, czy deklaracje z zakresu ESG stawiane przez spółkę znajdują nie tylko pełne oparcie w rzeczywistości, ale również w obowiązujących ramach prawnych.

W kontekście regulacji z zakresu ESG i ryzyka greenwashingu szczególną uwagę należy zwrócić na dwa obszary: relacje konsumenckie oraz usługi finansowe. Oba wskazane zagadnienia zostały opisane w następnych częściach niniejszego opracowania.



4) 21/08/2024, ESMA34-1592494965-65.



Niemal w każdym komunikacie prasowym pojawia się obecnie nawiązanie przez firmy do ESG, zielonej transformacji czy Agendy 2050. Takie informacje wyparły, praktycznie w 100 procentach, te dotyczące CSR. Często się jednak zdarza, że opisywane jako „zielone” działania w praktyce są bardzo ograniczone i wykorzystywane jedynie w celach marketingowych i PR-owych. Dlatego tak ważne jest podchodzenie z uwagą do pojawiających się komunikatów. Zwłaszcza, że ostrożność i świadomość rosną, nie tylko wśród wyspecjalizowanych mediów. Z badań wynika, że zaufanie Polaków do informacji przekazywanych przez firmy maleje. Coraz częściej czytamy etykiety, interesujemy się skąd towar pochodzi i z czego został wyprodukowany. Dodatkowo w sukurs przychodzą regulacje prawne, które wprowadzają obowiązki i ograniczenia związane z używaniem, bez uzasadnienia i odpowiednich dowodów, wprowadzających w błąd stwierdzeń. Przedsiębiorcy coraz częściej i chętniej korzystają także z ocen i certyfikatów. I tu także pojawia się możliwość pewnych nadużyć – nie należy ślepo wierzyć medalom i certyfikatom. Zawsze warto przyjrzeć się temu, kto je wręcza, sprawdzić kryteria przyznawania oraz cenę. Niestety często to właśnie ten ostatni element jest kluczowy (albo wręcz jedyny) i decyduje o złocie czy platynie...

Polskę i pozostałe kraje członkowskie UE czekają teraz prace nad wdrożeniem nowego unijnego prawa walczącego z dezinformacją w kwestiach środowiskowych. Wszystko zatem wskazuje na to, że marketing i komunikacja nie będą miały wyjścia. Muszą stać się bardziej odpowiedzialne, przemyślane i transparentne – w przeciwnym razie dostawcy takich komunikatów mogą osiągnąć odwrotny do zamierzonego efekt.



Aleksandra Myczkowska-Utrata

Wydawca, dziennikarka portali ecoekonomia.pl oraz esginfo.pl

Jakie podejście do różnorodności biologicznej ma sens, a co nosi znamiona greenwashingu?*

*Autorką artykułu jest: **dr Monika Szewczyk** – Główny specjalista – biologia, ochrona środowiska w UNEP/GRID-Warszawa

Przytoczona we wprowadzeniu definicja **greenwashingu** jako „praktyki pozyskiwania nieuczciwej przewagi konkurencyjnej polegającej na wprowadzeniu do obrotu produktu finansowego jako przyjaznego dla środowiska, kiedy w rzeczywistości nie zostały spełnione podstawowe normy środowiskowe” kieruje uwagę przede wszystkim na produkt. Obecne przepisy zawierają listę praktyk, które jednoznacznie do greenwashingu mogą być zaliczone. Siłą rzeczy lista jest otwarta, a biorąc pod uwagę obowiązek raportowania w zakresie ESRS E4 różnorodność biologiczna i ekosystemy, warto zastanowić się, jakie działania podejmowane na rzecz ochrony różnorodności biologicznej mogą okazać się **greenwashingiem, nazwijmy go przyrodniczym, polegającym na tworzeniu pozytywnego wizerunku w oczach konsumentów, pracowników czy inwestorów bez faktycznego podejmowania działań korzystnych dla środowiska przyrodniczego.**

Klasycznym przykładem greenwashingu będą zatem kampanie odwołujące się do pozytywnego oddziaływania na gatunki lub ekosystemy, nie potwierdzone faktami. Czy świstaki lubią wiatraki? Oczywiście rozwój OZE to priorytet, jeśli chcemy odchodzić od paliw kopalnianych, jednak odniesienie się w hasłach reklamowych bezpośrednio do ochrony świstaka – gatunku zamieszkującego wysokie partie Tatr, który wiatraka na oczy nie powinien widzieć – jakkolwiek chwytliwe i łatwo wpadające w ucho, jest już informacją wprowadzającą w błąd. Czy można inaczej? Oczywiście. Jeżeli zakładaniu farm fotowoltaicznych na gruntach ornych towarzyszą działania wzbogacające krajobraz rolniczy (zakładanie łąk, wprowadzanie zakrzaceń), a zarówno założenia tych działań, jak monitoring efektów wykonywane są we współpracy ze specjalistami, jest się czym chwalić. Jeżeli farmy wiatrowe są wyposażone w rozwiązania zapobiegające kolizjom z ptakami (np. radarowe systemy detekcji), a monitoring potwierdza ich skuteczność, czyli zmniejszoną liczbę kolizji, wykorzystanie w marketingu informacji, że podejmuje się działania na rzecz zwiększenia bezpieczeństwa ptaków przelatujących nad farmami wiatrowymi nie będzie miało znamion greenwashingu.



Czy współpraca ze specjalistami z zakresu ochrony różnorodności biologicznej rzeczywiście jest potrzebna?

Nie ma co do tego wątpliwości. Ostatnie lata przyniosły przykłady działań podejmowanych w dobrej wierze, które okazały się chybione – np. zakładanie pasiek z pszczołą miodną realizowane pod hasłem ochrony owadów zapylających; zakładanie „łąk kwiatnych” nie w miejsce intensywnie koszonych trawników, ale tam, gdzie spontaniczne zbiorowiska rodzimych gatunków roślin miały się całkiem dobrze; nieuzasadnione sadzenie drzew na cennych siedliskach nieleśnych. Przykłady można mnożyć. Rozważmy jeden z nich bardziej szczegółowo.

Czy informacja o sadzeniu lasu jest greenwashingiem?

Na początku zastanówmy się, o jakim rodzaju lasu mówimy. Czy o lasach naturalnych, gdzie las żyje własnym życiem i w którym zachodzą naturalne procesy? Takich lasów w Polsce jest bardzo mało. Niektóre są chronione w parkach narodowych lub rezerwatach, a niektóre są zagrożone wycinką i zastąpieniem przez las gospodarczy.

Co to są lasy gospodarcze? Tu drzewa nie kiełkują z nasion, tylko są gęsto sadzone w równych rzędkach. Sadzonki są w tym samym wieku i rosną w tym samym tempie, tworząc młodnik. Gdy w młodniku robi się za gęsto, część młodych drzew jest usuwana. W wyniku takich zabiegów powstaje plantacja leśna, gdzie wszystkie drzewa mają podobne rozmiary. Gdy osiągną określony wiek, są wycinane, a na tym miejscu sadi się kolejne sadzonki i cały schemat powtarza się od nowa.

W gospodarce leśnej oraz na potrzeby programów przeznaczonych dla rolników używane jest określenie **zalesianie**, które oznacza „tworzenie nowych lasów, z respektowaniem warunków przyrodniczych i procesów naturalnych⁵, oraz odnowienie, czyli naturalne lub sztuczne wprowadzenie kolejnego pokolenia lasu na miejsce drzewostanu wyciętego w toku normalnego użytkowania lub po jego zniszczeniu przez klęski żywiołowe, choroby lub owady⁶”. Jeżeli zatem działania prośrodowiskowe firmy polegają na współpracy z Lasami Państwowymi przy zakładaniu nowych upraw leśnych lub odtwarzaniu już istniejących, informacja, która nie wprowadzałaaby odbiorcy w błąd, powinna zatem jasno wskazać na udział przedsiębiorstwa w zalesieniach (bądź odnowieniach) we współpracy z konkretnym leśnictwem lub nadleśnictwem oraz docelowe przeznaczenie nasadzeń.



5) [Hodowla lasu — Lasy Państwowe](#)

6) [Odnowienie lasu — Lasy Państwowe](#)



Czy istnieje inna perspektywa? Z punktu widzenia nauk przyrodniczych las to złożony ekosystem, w którym przebiega obieg materii i przepływ energii, a którego cechą rozpoznawczą jest oczywiście warstwa drzew (drzewostan), jednak jego funkcjonowanie wymaga współdziałania całego zespołu organizmów. Las to podszyt i gatunki runa, rośliny zielne, mchy, porosty, to martwe drewno z całym zespołem grzybów i bezkręgowców, to cała sieć troficzna od producentów, przez roślinożerców, drapieżniki aż do destruentów oraz skomplikowana sieć połączeń mikoryzowych. Co więcej, w naszej strefie klimatycznej las jest w stanie powstać spontanicznie bez naszej pomocy.

Co zatem realnie możemy zrobić, żeby móc pochwalić się, że dzięki nam powstanie kolejny kawałek naturalnego lasu, w którym mogą przebiegać różnorodne procesy, niekiedy niepożądane z perspektywy gospodarki leśnej?

Możemy zabezpieczyć teren, gdzie las powstanie spontanicznie, bądź dodatkowo posadzić drzewa z wyborem gatunków adekwatnych do siedliska. Przyspieszamy wówczas proces sukcesji, przeskakując niejako stadia inicjalne (co z punktu widzenia lasu nie jest konieczne). A potem powinniśmy pomyśleć, jak zagwarantować istnienie lasu na danym terenie w czasie dłuższym niż przeciętne wieki rębności⁷ gatunków, które posadziliśmy, czyli jak ustrzec nasz las przed wycinką. Czy wtedy **zasadziliśmy las**? To kuszące i oddziałujące na wyobraźnię określenie, wykorzystywane w działaniach promocyjnych, dla którego trudno znaleźć dobrą alternatywę. Choć technicznie w większości przypadków po prostu posadziliśmy drzewa, to patrząc szerzej, stworzyliśmy enklawę, gdzie w sposób naturalny może rozwijać się ekosystem leśny.

7) [Wiek dojrzałości rębnej, wiek rębności — Lasy Państwowe](#)

Działania na rzecz ochrony różnorodności biologicznej muszą wynikać z właściwego zrozumienia problemu oraz być tak zaplanowane, by dawały realną szansę na jego rozwiązanie lub choć zminimalizowanie. Powyżej opisane zakładanie nowych enklaw leśnych nie może zagrażać terenom, gdzie występują cenne ekosystemy nieleśne, np. bogate gatunkowo łąki i murawy czy torfowiska. Wymaga to wiedzy merytorycznej i współpracy ze środowiskiem specjalistów w zakresie ochrony przyrody. Dobrym przykładem jest program Re:Generacja⁸, w którym działania realizowane są we współpracy z opiekunami ekosystemów i dotyczą realnych potrzeb na danym terenie.

Greenwashing nie dotyczy jedynie obszaru marketingu i PR. Praktyki identyfikowane jako ekościema mogą pojawić się na poziomie:



strategii biznesowej obejmującej aspekty ESG,



raportu zrównoważonego rozwoju,



dokumentacji wewnętrznej,



oznaczenia produktów jako zgodnych z ESG



czy poziomu kompetencji w organizacji.



Raportowanie w zakresie ESRS E4 zakłada zarówno ocenę oddziaływania na różnorodność biologiczną w sposób negatywny, jak i pozytywny, jak również analizę wpływu uzależnienia od bioróżnorodności, np. na ile jej pogarszający się stan wpłynie na biznes. Na podstawie takiej analizy powinna powstać strategia i plan działania. Wiedząc, jaki wpływ na różnorodność biologiczną ma dany podmiot, może on podejmować działania, które ten wpływ zminimalizują lub wręcz wykluczają.

Czy jako greenwashing można zatem potraktować komunikowanie działań podejmowanych, ale nie wynikających z przeprowadzonej analizy oddziaływania na różnorodność biologiczną?

8) <https://re.generacja.org/>

Druga sprawa to działania podejmowane w sposób nieprzystający do skali oddziaływania. Oczywiście początki mogą być skromne, jednak pozostawanie na skromnym początku w dłuższej perspektywie czasu rodzi pytanie: co jest tego powodem? I czy komunikowanie działań o niewielkim zasięgu w stosunku do rzeczywistych potrzeb jest już greenwashingiem?

Na chwilę obecną trudno jednoznacznie odpowiedzieć na te pytania.

Greenwashing zawiera element celowości – celowego

wprowadzenia w błąd, sugerując, że dana firma jest bardziej zielona lub przyjazna dla środowiska, a w tym przypadku dla środowiska przyrodniczego, niż jest w rzeczywistości, a jego celem jest zyskanie zaufania klientów i zwiększenie sprzedaży. Podmioty stojące przed wyzwaniem wynikającym z raportowania w obszarze ESRS E4, w obawie przed posądzeniem o greenwashing, mogłyby decydować się na ucieczkę w greenhushing, czyli rezygnować z jakiegokolwiek komunikacji podejmowanych działań. Rozwiązanie takie, choć dające poczucie bezpieczeństwa, ogranicza jednak ilość i jakość publicznie dostępnych informacji, a w efekcie maleje wymiana dobrych praktyk w zakresie ochrony różnorodności biologicznej.

Na koniec warto postawić sprawę jasno. Ochrona różnorodności biologicznej wymaga nakładów finansowych, zarówno w skali globalnej, jak i krajowej lub lokalnej. W komunikacie Królewskich Ogródów Kew w Londynie przygotowanym na zakończonej właśnie Konferencji Stron (COP16) Konwencji Różnorodności Biologicznej zauważono, że w przypadku 36 obszarów kluczowych dla zachowania różnorodności biologicznej naszej planety aż 33 są rozpoznane w daleko niewystraszającym stopniu. Na naszym lokalnym, polskim podwórku również nie jest najlepiej. Jak wskazał raport NIK z 2018 roku, z problemami finansowymi borykali się nawet administratorzy najcenniejszych przyrodniczo obszarów objętych najwyższą krajową formą ochrony, czyli parków narodowych.

Zaangażowanie biznesu jest niezbędne, jeśli poważnie myślimy o działaniach ochronnych na rzecz gatunków i ekosystemów, a tym bardziej, gdy zachodzi potrzeba poprawy stanu lub odtwarzania ekosystemów osłabionych lub niszczonych w imię szeroko rozumianego rozwoju.





2

Perspektywa sektora konsumenckiego

Perspektywa sektora konsumenckiego

W ramach europejskiego Zielonego Ładu, Unia Europejska zobowiązała się do wdrożenia szeregu działań skierowanych na przeprowadzenie transformacji ekologicznej oraz osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 r. W związku z nadchodzącymi nowymi restrykcjami i obowiązkami oraz globalnym trendem promowania postaw proekologicznych, przedsiębiorcy starają się przekonać konsumentów, że oferowane przez nich produkty (towary lub usługi) są przyjazne środowisku.

Ekologiczne zapewnienia stosowane przez przedsiębiorców często są nieuzasadnione. Komisja Europejska sprawdziła, czy oświadczenia mają pokrycie w rzeczywistości. Wyniki badań zostały przedstawione w raporcie z 2021 r.⁹. Okazało się, że w prawie 42% przypadków, oświadczenia środowiskowe mogły być nieprawdziwe, fałszywe lub wprowadzać w błąd, a więc stanowić tzw. **greenwashing**.



W kolejnym etapie Komisja zapowiedziała przygotowanie prawa, które ma przeciwdziałać zjawisku greenwashingu, czego odzwierciedleniem jest Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniająca dyrektywy 2005/29/WE i 2011/83/UE w odniesieniu do wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej poprzez lepsze informowanie i lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami 2022/0092 (**Dyrektywa ws. greenwashingu**) oraz projekt Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie oświadczeń środowiskowych i informowania o nich 2023/0085 (**Dyrektywa ws. oświadczeń środowiskowych**).

Zgodnie z założeniami Dyrektywa ws. oświadczeń środowiskowych będzie regulować kwestie stosowania przez przedsiębiorców dobrowolnych oświadczeń środowiskowych oraz systemy i oznakowanie ekologiczne (etykiety). Z kolei Dyrektywa ws. greenwashingu ma wzmocnić pozycję konsumentów w procesie transformacji ekologicznej.

Dyrektywa ws. greenwashingu weszła w życie w marcu 2024 r. Nowelizuje Dyrektywę o nieuczciwych praktykach handlowych¹⁰ oraz Dyrektywę o prawach konsumenta¹¹.

W zakresie Dyrektywy ws. oświadczeń środowiskowych wciąż trwają prace projektowe w Parlamencie Europejskim¹².

9) Zob. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_269

10) Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”).

11) Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady.

12) Stan na 6 listopada 2024 r.

Dyrektywa ws. greenwashingu weszła w życie 26 marca 2024 roku. Zawiera przepisy uzupełniające listę praktyk handlowych, które wprowadzają konsumentów w błąd i uniemożliwiają im dokonywanie wyborów dotyczących zrównoważonej konsumpcji. Przepisy te odnoszą się do:

-  praktyk związanych z przedwczesnym postarzaniem towarów,
-  deklaracji, które wprowadzają w błąd w zakresie ochrony środowiska lub kwestii związanych z ekologią (greenwashing),
-  informacji, które wprowadzają w błąd na temat cech społecznych produktów lub działalności przedsiębiorców.



Dyrektywa ws. greenwashingu musi zostać transponowana do prawa krajowego do 27 marca 2026 r. i następnie stosowana od 27 września 2026 r.

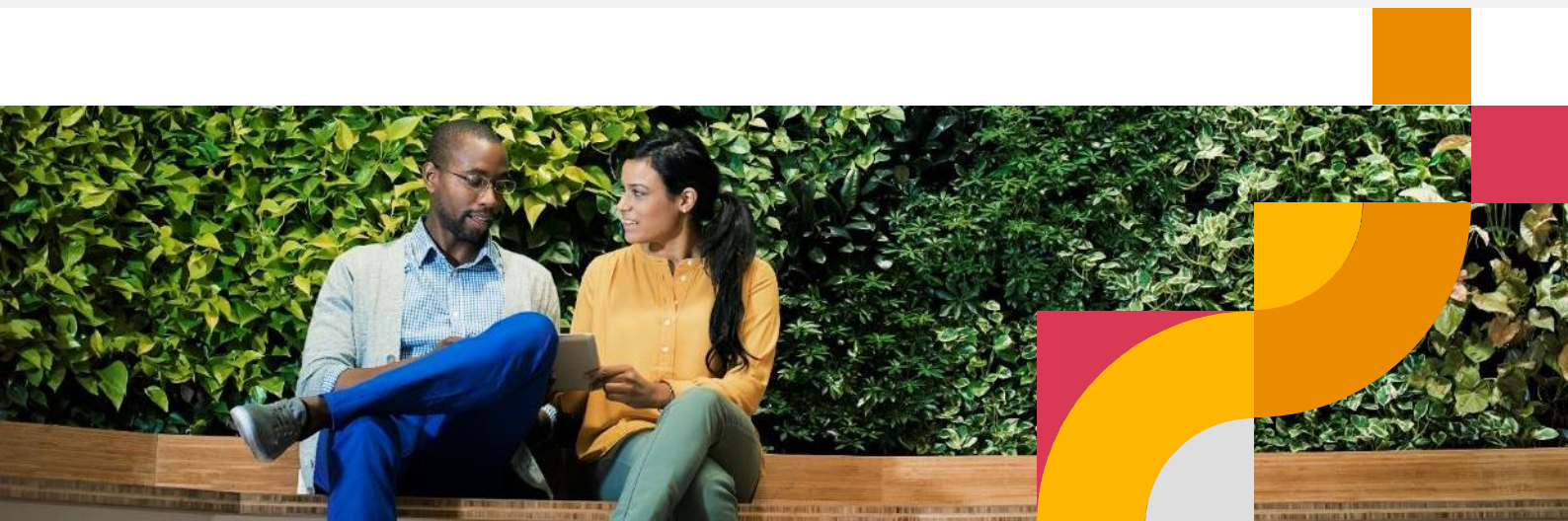
Obejmuje ona praktyki handlowe przedsiębiorców w relacjach z konsumentami, tzw. praktyki typu *business-to-consumer (B2C)*. Przepisy krajowe mogą rozszerzyć zakres jej stosowania na praktyki handlowe w relacji pomiędzy przedsiębiorcami, tj. praktyki typu *business-to-business (B2B)*.

Następujące elementy Dyrektywy ws. greenwashingu będą mieć kluczowe znaczenie przy nowelizacji krajowych przepisów:



Wprowadzenie definicji twierdzenia dotyczącego ekologiczności

Twierdzenie dotyczące ekologiczności to każdy komunikat lub oświadczenie w kontekście komunikacji handlowej, które nie są obowiązkowe na mocy prawa Unii ani prawa krajowego, występujące w dowolnej postaci, w tym oświadczenia w postaci tekstu, ilustracji, grafiki lub symbolu, takie jak oznakowania, nazwy handlowe, nazwy przedsiębiorstwa lub nazwy produktu, i w których stwierdza się lub sugeruje, że produkt, kategoria produktów, marka lub przedsiębiorca ma pozytywny wpływ na środowisko lub nie ma na nie żadnego wpływu, jest mniej szkodliwy dla środowiska niż, inne produkty, kategorie produktów, marki lub inni przedsiębiorcy, lub że oddziaływanie produktu, kategorii produktów, marki lub przedsiębiorcy poprawiło się z czasem.

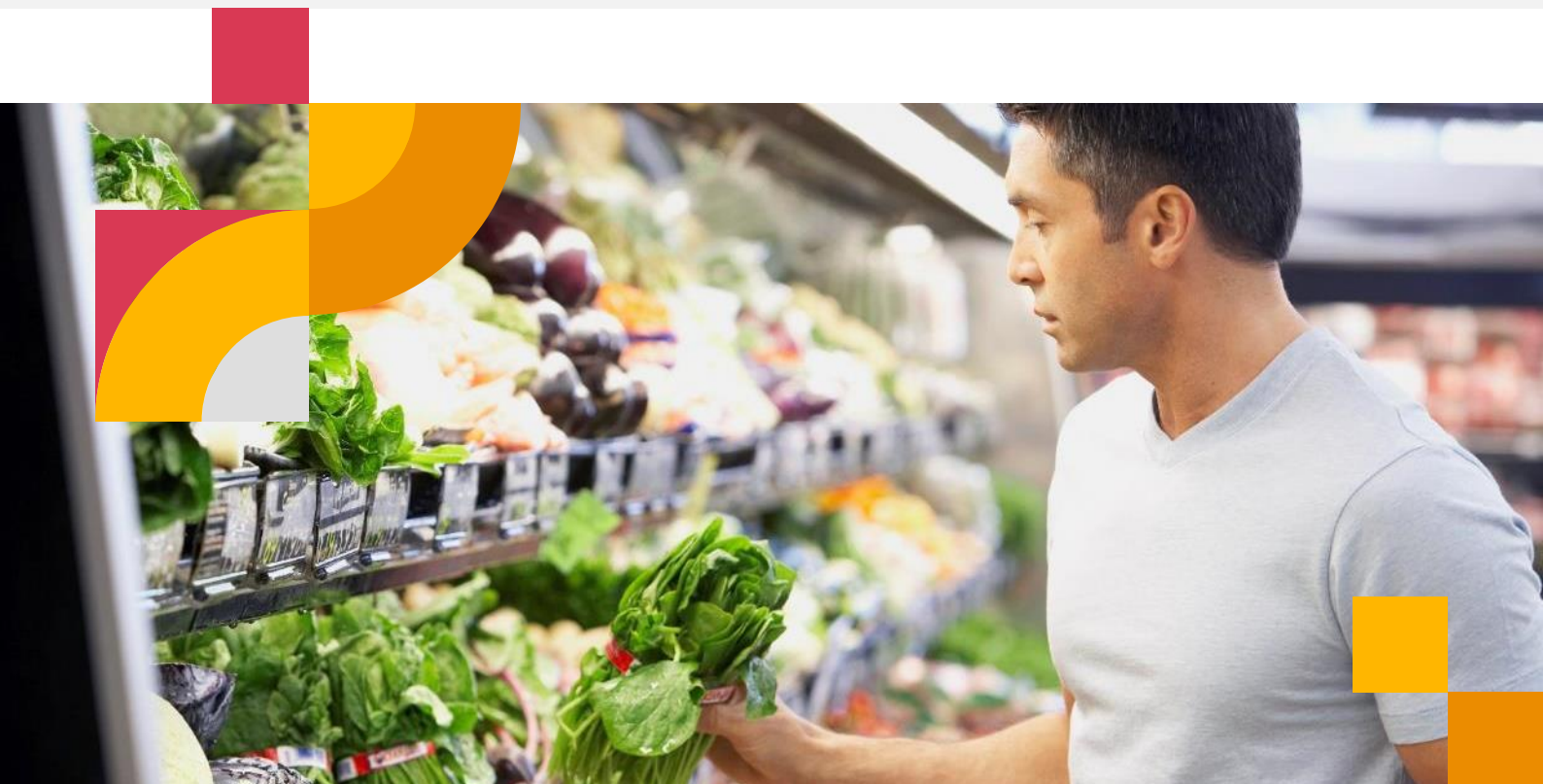




Rozszerzenie listy zakazanych praktyk handlowych o następujące działania:

- formułowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności, związanych z przyszłą efektywnością ekologiczną, **bez jasnych, obiektywnych, publicznie dostępnych i weryfikowalnych zobowiązań** określonych w szczegółowym i realistycznym planie wykonania,
- **reklamowanie korzyści dla konsumentów, które są nieistotne** i nie wynikają z żadnej cechy produktu lub działalności przedsiębiorcy,
- **umieszczanie oznakowania** dotyczącego zrównoważonego charakteru, które nie jest oparte na systemie certyfikacji ani nie zostało ustanowione przez organy publiczne,
- formułowanie ogólnego twierdzenia dotyczącego ekologiczności, gdy przedsiębiorca **nie jest w stanie wykazać uznanej wysokiej efektywności ekologicznej** istotnej dla tego twierdzenia,
- formułowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności **w odniesieniu do całego produktu lub całej działalności przedsiębiorcy, jeżeli dotyczą one tylko określonego aspektu** produktu lub konkretnego rodzaju działalności przedsiębiorcy,
- **twierdzenie, uzasadniane kompensowaniem emisji gazów cieplarnianych**, że produkt ma neutralny, ograniczony lub pozytywny wpływ na środowisko pod względem emisji gazów cieplarnianych.

Dyrektywa ws. greenwashingu ma wzmocnić ochronę konsumentów, wyeliminować praktyki wprowadzające w błąd i umożliwić konsumentom podejmowanie zrównoważonych w zakresie zakupu produktów. Przede wszystkim piętnowane będzie rozpowszechnianie nieprawdziwych twierdzeń o ekologiczności i społecznych cechach produktów lub przedsiębiorców, czy też przedwczesne starzenie produktów. Katalog zakazanych praktyk **jest otwarty**, więc w praktyce **każde działanie** czy **oświadczenie** przedsiębiorcy z zakresu szeroko rozumianej ekologii **należy poddać weryfikacji**.



22 marca 2023 r. Komisja Europejska zaproponowała treść Dyrektywy w sprawie uzasadniania wyraźnych oświadczeń środowiskowych i informowania o nich.

Zgodnie z projektowanymi przepisami, konsumenci uzyskają lepszą jakość informacji umożliwiających wybór produktów i usług przyjaznych dla środowiska. Z kolei przedsiębiorcy, którzy naprawdę dbają o środowisko i oferują ekologiczne produkty, będą mogli zostać lepiej dostrzeżeni przez klientów, co zwiększy ich sprzedaż i ochroni przed nieuczciwą konkurencją. Dzięki temu nowe przepisy zapewnią uczciwe i równe warunki w zakresie informowania o ekologiczności produktów.

W praktyce oznacza to, że jeśli przedsiębiorca będzie chciał pochwalić się na stronie internetowej, że jego produkt lub działalność są przyjazne środowisku albo użyć specjalnej etykiety, która potwierdza ekologiczny charakter, to będzie musiał spełnić wymogi nałożone Dyrektywą ws. oświadczeń środowiskowych.

Należy podkreślić, że przepisy będą dotyczyły tylko dobrowolnych oświadczeń środowiskowych i nie obejmą oświadczeń wymaganych innymi obowiązującymi przepisami prawa, ani nie nakażą przedsiębiorcom składać takich oświadczeń.



Wiarygodne, porównywalne i weryfikowalne informacje dla konsumentów

Przedsiębiorcy, którzy składają "zielone oświadczenia" o swoich produktach lub usługach będą musieli przestrzegać norm dotyczących ich podstawy i komunikacji. Dotyczy to oświadczeń takich jak: "koszulka z recyklingowanych butelek", "dostawa z kompensacją CO2", "opakowanie z 30% recyklingowanego plastiku" czy "przyjazny oceanom krem do opalania". Celem jest również ograniczenie liczby etykiet środowiskowych. Oświadczenia te będą musiały być niezależnie zweryfikowane i poparte dowodami naukowymi, żeby przedstawić pełny i dokładny obraz wpływu środowiskowego.

Jasne i ujednolicone zasady oraz etykiety

Oświadczenia i etykiety muszą być jasne i zrozumiałe. Porównania produktów muszą opierać się na równoważnych danych. Dyrektywa będzie regulować również etykiety środowiskowe, których jest obecnie ponad 230, co prowadzi do zamieszania wśród konsumentów. Nowe publiczne programy etykietowania będą dozwolone tylko na szczeblu UE, a nowe prywatne programy etykietowania będą musiały wykazać wyższe ambicje ekologiczne i uzyskać zgodę przed możliwością ich stosowania. Etykiety będą musiały być wiarygodne, przejrzyste, niezależnie weryfikowane i regularnie przeglądane.

Wyższy standard

Aby móc mówić o pozytywnym wpływie na środowisko, działanie i korzyści z niego płynące będą musiały wykraczać poza to, co jest wymagane prawem. Przykładowo, przedsiębiorca nie będzie mógł pochwalić się, że jego opakowania posiadają pewien poziom recyklingu, jeśli poziom ten wynika z obowiązujących aktów prawnych. Dopiero jeśli jego opakowanie będzie wykraczać ponad obowiązujące normy, to wtedy będzie mógł pochwalić się dodatkową korzyścią dla środowiska.

Ponieważ Dyrektywa ws. oświadczeń środowiskowych nie została w momencie pracy nad tą publikacją uchwalona przez Parlament Europejski, w dalszej części opracowania zagadnienie greenwashingu zostało opisane przede wszystkim z perspektywy Dyrektywy ws. greenwashingu.



Greenwashing – czego należy unikać?

Według badania PwC z 2024 r. konsumenci są skłonni zapłacić blisko 10% więcej za produkty, które zostały wytworzone w sposób zrównoważony lub pochodzą z takich źródeł¹³. Rosnąca świadomość ekologiczna konsumentów skłoniła wielu przedsiębiorców do podkreślania swoich proekologicznych działań. Deklaracje te nie zawsze są zgodne z rzeczywistością, co może skutkować zarzutem greenwashingu.

Twierdzenia dotyczące ekologiczności odnoszą się do informacji sugerujących, że produkt lub usługa mają pozytywny wpływ na środowisko lub są mniej szkodliwe niż inne. Mogą one dotyczyć składu, sposobu wytwarzania, metod likwidacji oraz zmniejszenia energochłonności lub zanieczyszczeń. Twierdzenia, które są fałszywe lub nie można ich zweryfikować są tzw. **“pseudoekologicznym marketingiem”**.

Przepisy wymagają, aby twierdzenia ekologiczne:



były zgodne z prawdą,



nie zawierały fałszywych informacji,



były przedstawione w sposób jasny i jednoznaczny,



nie wprowadzały konsumentów w błąd.



13) Zob. <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-2024-voice-of-consumer-survey.html>



Twierdzenia ekologiczne mogą wprowadzać w błąd, jeśli są niejasne i ogólne, pozbawione odpowiedniego uzasadnienia. Przykłady takich twierdzeń to: **"przyjazny środowisku"**, **"eko"**, **"zielony"**, **"biodegradowalny"**, **"neutralny pod względem emisji dwutlenku węgla"**. Takie twierdzenia mogą sugerować, że produkt nie ma negatywnego wpływu na środowisko, co może wprowadzać konsumentów w błąd. Z kolei pojęcia takie jak **"świadomy"** i **"odpowiedzialny"** są niejasne i mogą odnosić się do różnych aspektów, co również może być mylące.

Wszelkie twierdzenia powinny być oparte na dowodach, które mogą podlegać weryfikacji przez właściwe organy – przedsiębiorcy muszą być w stanie poprzeć twierdzenia dotyczące ekologiczności odpowiednimi dowodami. W związku z tym, wszelkie oświadczenia ekologiczne powinny być oparte na **solidnych, niezależnych, możliwych do zweryfikowania i ogólnie uznanych dowodach**, uwzględniających **aktualne wyniki badań naukowych oraz metody naukowe**. W przypadku zaskarżenia twierdzeń, to przedsiębiorcy muszą dostarczyć dowody na ich prawdziwość odpowiednim organom.



Przykład:

Użycie terminu „biodegradowalny” w przypadku produktu, który nie jest faktycznie biodegradowalny lub, w przypadku którego nie zostały przeprowadzone żadne testy.

Ponadto, obrazy i ogólna prezentacja produktu, takie jak **układ, kolory, zdjęcia, dźwięki, symbole czy etykiety**, muszą być zgodne z prawdą i dokładnie przedstawiać korzyści dla środowiska. Nie mogą one przeceniać i wyolbrzymiać tych korzyści.

Przedsiębiorcy powinni także powstrzymać się od nadmiernego podkreślania cech produktów, które wynikają z wymogów prawnych oraz nie powinni twierdzić, że produkt jest wolny od substancji, jeśli takie substancje już są zabronione przez obowiązujące przepisy.

“Zielona” nazwa przedsiębiorcy lub produktu – na to też trzeba uważać.

Jeśli przedsiębiorca używa deklaracji środowiskowych w nazwie przedsiębiorcy, marki lub produktu do celów marketingowych, musi spełniać takie same wymagania jak w przypadku twierdzeń ekologicznych. Wyjątkiem jest sytuacja, gdy nazwa nie ma konotacji środowiskowych lub istniała wcześniej. Nazwa nie może wprowadzać konsumentów w błąd ani wpływać na ich decyzje zakupowe w sposób, który nie miałby miejsca w innych okolicznościach.



Przykład:

Przedsiębiorca wprowadził produkt naftowy na rynek wraz z użyciem zwrotu „środowiskowy” i „plusem” w nazwie produktu. Nazwa sprawiała wrażenie, że produkt cechują pewne korzyści dla środowiska, choć paliwa kopalne zawsze powodują szkody dla środowiska. W przypadku paliw kopalnych termin „środowisko” nie powinien być wykorzystywany w nazwie produktu.



Łańcuchy dostaw a twierdzenia ekologiczne

Przy ocenie twierdzeń ekologicznych ważne jest uwzględnienie całego cyklu życia produktu, w tym jego łańcucha dostaw. Twierdzenia powinny w jednoznaczny sposób wskazywać, którego aspektu produktu lub jego cyklu życia dotyczą. Jeśli przedsiębiorca formułuje twierdzenie dotyczące ekologiczności, podkreślając tylko jeden z kilku obszarów wpływu produktu na środowisko, twierdzenie może wprowadzać w błąd.

Przedsiębiorcy nie powinni także zniekształcać twierdzeń dotyczących składu produktu (w tym surowców), jego zastosowania, procesu wytwarzania, transportu lub wpływu na środowisko po zakończeniu przydatności do użycia, np. przez nadmierne podkreślanie znaczenia pozytywnych aspektów, które w rzeczywistości mają jedynie marginalne znaczenie, lub gdy ogólny wpływ na środowisko wynikający z cyklu życia produktu jest negatywny.



Przykład:

Reklamowanie produktu jako zawierającego „bawełnę ze zrównoważonej uprawy” może wprowadzać w błąd, jeżeli nie można określić pochodzenia bawełny ani wyodrębnić jej w łańcuchu produkcyjnym od bawełny konwencjonalnej.





Ryzyko greenwashingu dotyczy całego cyklu życia produktu, jak również łańcucha wartości – aby je minimalizować warto również wspomnieć o opisanej szczegółowo w normach ISO 1404x i coraz powszechniej stosowanej metodyce oceny cyklu życia (LCA). Jest ona bowiem jedną z najbardziej kompleksowych metod służących ocenie potencjalnego oddziaływania na środowisko. Stosując LCA ewentualne przenoszenie zagrożeń środowiskowych z jednej dziedziny ochrony na inną (np. ograniczenie emisji powietrza przy zwiększeniu ilości wytwarzanych odpadów), czy pomiędzy fazami procesu (np. z procesu produkcji na fazę użytkowania czy zagospodarowania odpadów) będzie ewidencjonowane. Już od 2010 r. w literaturze naukowej i dokumentach UE rekomendowano jej powszechne stosowanie. Przykładowo w zaleceniu KE z dnia 9 kwietnia 2013 r. w sprawie stosowania wspólnych metod pomiaru efektywności środowiskowej w cyklu życia produktów i organizacji oraz informowania o niej (2013/179/UE) wskazano potencjalne obszary jej zastosowania tj.: optymalizacja procesów w cyklu życia produktu; wspieranie projektowania produktów; identyfikację przypadków znaczącego oddziaływania na środowisko celem ustalania kryteriów dla oznakowania ekologicznego, itp. Wiele z tych rozwiązań znalazło już zastosowanie praktyczne w najnowszych propozycjach regulacji UE, w tym w obszarze greenwashingu. To, na co warto zwrócić uwagę, szczególnie przy ocenach porównawczych, to żeby były prowadzone:

- na podstawie tzw. jednostek funkcjonalnych, np. 1 m² wymalowanej powierzchni daną farbą a nie 1 litra produktu,
- przy takich samych granicach systemu, tzn. od kołyski do grobu (np. w przypadku budynków i budowli od procesu projektowania, budowy poprzez fazę użytkowania i końcowego zagospodarowania odpadów), lub a od kołyski do bramy (etapy projektowania i budowy),
- przy wykorzystaniu porównywalnych danych i szczegółowo opisanych, np. bezpośrednio od dostawcy, aktualne, itp.

Bez wątpienia są to działania pracochłonne, ale pozwalające nie tylko na zminimalizowanie ryzyka związanego z greenwashingiem, ale również dające podstawę do skutecznego zarządzania środowiskowego.



Dr hab. Joanna Kulczycka, prof. uczelni
Zakład GOZ IGSMiE PAN, Kraków

Kodeksy postępowania i zobowiązania proekologiczne

Kodeksy postępowania mogą zawierać dobrowolne zobowiązania dotyczące ochrony środowiska. Konsumenci oczekują, że sygnatariusze takich kodeksów będą sprzedawać produkty zgodne z ich zasadami.

Przedsiębiorca, który deklaruje przestrzeganie danego kodeksu, ale tego nie robi, narusza prawo.

Przedsiębiorcy powinni informować konsumentów o kodeksach czy systemach oznakowania, których przestrzegają. Przedsiębiorcy powinni także zapewnić konsumentom łatwy dostęp do dodatkowych informacji na temat kodeksów czy systemów oznakowania, np. poprzez linki lub sekcje informacyjne, które należy umieścić przy twierdzeniach (oświadczeniach) ekologicznych.



Porównywanie twierdzeń dotyczących ekologiczności

Przedsiębiorcy mogą sugerować, że produkt ma bardziej pozytywny wpływ na środowisko lub jest mniej szkodliwy dla środowiska niż konkurencyjne towary bądź usługi. Produkty opatrzone takimi porównaniami powinny podlegać ocenie z podobnymi produktami. Co istotne, metoda wykorzystywana do opracowania informacji powinna być taka sama dla każdego z porównywanych produktów oraz powinna być stosowana w sposób spójny. Podczas reklamowania różnic między produktami pod kątem ekologii należy także mieć na uwadze przepisy o reklamie porównawczej.



Przykład:

Stwierdzenie, że filtrowana woda jest bardziej przyjazna dla środowiska niż woda mineralna butelkowana, daje konsumentom wrażenie, że spożywanie filtrowanej wody, zamiast wody mineralnej, przyczynia się do ochrony środowiska. Takie porównanie może wprowadzić konsumenta w błąd, jeśli porównania nie oparto na obiektywnej podstawie (analizie wpływu na środowisko).



Tych działań należy unikać!

1



Ogólne twierdzenia dotyczące ekologiczności, przy braku możliwości wykazania uznanej wysokiej efektywności środowiskowej, istotnej dla takich twierdzeń.

2



Twierdzenia dotyczące ekologiczności w odniesieniu do całego produktu, jeżeli w rzeczywistości dotyczą one tylko określonego aspektu tego produktu.

3



Przedstawianie wymogów nałożonych przepisami prawa jako cechy wyróżniającej ofertę danego przedsiębiorcy.

4



Podawanie się przez przedsiębiorcę za sygnatariusza kodeksu postępowania, gdy jest to niezgodne z rzeczywistością lub podawanie nieprawdziwych informacji na temat kodeksu.

5



Posługiwanie się znakiem zaufania, znakiem jakości lub równorzędnym oznaczeniem, a także korzystanie z krajowego lub unijnego oznaczenia bez odpowiedniego zezwolenia.

6



Twierdzenie, że przedsiębiorca (w tym jego działanie) lub produkt został zatwierdzony, zaaprobowany lub otrzymał zezwolenie od organu publicznego lub prywatnego, gdy jest to niezgodne z rzeczywistością.

7



Fałszywe twierdzenie, że produkt został zatwierdzony przez agencję ds. ochrony środowiska, organizację pozarządową lub organ normalizacyjny.

8



Umieszczanie oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru produktu, które nie jest oparte na systemie certyfikacji ani nie zostało ustanowione przez organy publiczne.

Greenwashing – na co warto uważać w kontekście znaków towarowych

Przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu ma również swoje konotacje dotyczące prawa własności intelektualnej. Jednym z nich jest możliwość odmowy rejestracji krajowego znaku towarowego przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej ("UPRP"). Dyrektywa ws. greenwashingu reguluje kwestie związane z wprowadzaniem konsumentów w błąd poprzez fałszywe deklaracje lub informacje przedsiębiorców dotyczące ochrony środowiska, zagadnień ekologicznych oraz cech produktów czy działalności przedsiębiorstw.

Działania przedsiębiorców polegające na umieszczaniu na produktach wyżej opisanych informacji/deklaracji mających na celu wprowadzenie konsumentów w błąd, lub składające się tylko z elementów opisowych (np. "eco", "green", "bio"), a następnie próby rejestracji tych informacji jako znaków towarowych (zarówno w formie słownej, graficznej, jak i słowno-graficznej), mogą skutkować odmową takiej rejestracji przez UPRP.

Na gruncie prawa polskiego, podstawą takiej odmowy może być art. 129¹ Ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej, który określa bezwzględne przeszkody rejestracji znaku. Ich wystąpienie badane jest z urzędu (tzn. UPRP sam z siebie, bez żadnego wniosku os. trzeciej może stwierdzić, że znak towarowy zgłoszony do ochrony może spełniać bezwzględną przesłankę odmowy rejestracji znaków towarowych), a stwierdzenie jej występowania przez UPRP uniemożliwia rejestrację oznaczenia i objęcie go ochroną jako znaku towarowego.



Przykład:

Firma produkująca kosmetyki zdecydowała się na wprowadzenie nowej linii produktów pod nazwą "Eco Pure&Organic", twierdząc, że ich składniki są w 100% ekologiczne i organiczne i przyjazne dla środowiska. W rzeczywistości, skład produktów zawiera szereg chemikaliów, które nie spełniają deklarowanych norm ekologicznych. Firma jednocześnie złożyła wniosek o rejestrację znaku towarowego "Eco Pure&Organic" w formie słowno-graficznej w UPRP. UPRP może odmówić rejestracji znaku, argumentując, że wprowadza on konsumentów w błąd co do ekologicznych właściwości produktów czyli, że ze swojej istoty może wprowadzać odbiorców w błąd co do charakteru oraz jakości towarów nim oznaczonym. UPRP może również zarzucić takiemu oznaczeniu inną przeszkodę rejestracyjną tj. zawieranie wyłącznie elementów opisowych, dot. jakości oraz sposobu wytwarzania towarów nim oznaczonych.

Przedsiębiorcy, którzy próbują zarejestrować znaki towarowe zawierające fałszywe lub wprowadzające w błąd informacje ekologiczne, mogą napotkać na przeszkody prawne wynikające z przepisów mających na celu ochronę konsumentów przed greenwashingiem. Fałszywe deklaracje dotyczące ekologicznych wartości produktów mogą nie tylko skutkować odmową rejestracji znaku towarowego, ale również prowadzić do konsekwencji reputacyjnych.

Ryzyka związane z greenwashingiem

Greenwashing stanowi poważne ryzyko, nie tylko dla konsumentów, ale i dla przedsiębiorców. Organy odpowiedzialne za ochronę praw konsumentów – w Polsce jest to Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (**“Prezes UOKiK”**) – zwracają uwagę na praktyki przedsiębiorców, którzy poprzez deklaracje dotyczące przyjazności dla klimatu próbują przyciągnąć klientów. W szczególności dotyczy to sektorów, w których konsumenci przy podejmowaniu decyzji zakupowych kierują się względami ekologicznymi, jak branża kosmetyczna, odzieżowa, energetyczna, motoryzacyjna oraz finansowa. Organy prowadzą dialog z przedsiębiorcami, edukują zarówno ich, jak i konsumentów, ale także inicjują postępowania, których celem jest weryfikacja publicznych zapewnień o działaniach proekologicznych. Istotną częścią działań jest sprawdzanie, czy przedsiębiorcy posiadają odpowiednią dokumentację, potwierdzającą podstawy do składania deklaracji o ich zaangażowaniu w ochronę środowiska.

Ryzyka dla przedsiębiorców obejmują:



Kary finansowe



Potencjalne roszczenia cywilnoprawne (konsumenta bądź konkurenta)



Ryzyko reputacyjne





Greenwashing to rodzaj strategii marketingowej, w której przedsiębiorca prezentuje swój produkt lub usługę jako bardziej ekologiczną, niż jest ona w rzeczywistości. Greenwashing jest więc formą wprowadzania w błąd.

Jeśli greenwashing jest skierowany do konsumentów, Prezes UOKiK może wszcząć postępowanie wyjaśniające na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów¹⁴, a następnie, w przypadku podejrzenia naruszenia przepisów ustawy, organ wszczyna postępowanie właściwe. Postępowanie może zakończyć się uznaniem działań przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych i nałożeniem na niego kary (w tym kary pieniężnej).

Kary za tego rodzaju działania mogą sięgać do 10% rocznego obrotu przedsiębiorcy oraz do 2 mln złotych dla osób zarządzających, a w przypadku instytucji finansowych – do 5 mln złotych na osobę zarządzającą.



Potencjalne kary

Na przedsiębiorcę

- Do **10% obrotu** osiągniętego przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary

Na osobę zarządzającą

- Do **2 000 000 zł**, jeżeli osoba ta, w ramach sprawowania swojej funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia, umyślnie dopuściła przez swoje działanie lub zaniechanie do naruszenia przepisów
- Do **5 000 000 zł**, w przypadku osób zarządzających w instytucjach finansowych



14) Ustawa z dnia 16 lutego 2017 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2024 r., poz. 594 ze zm.).

Postępowania prowadzone przez Prezesa UOKiK

Prezes UOKiK prowadzi postępowania wyjaśniające w odniesieniu do działań marketingowych co najmniej szesnastu przedsiębiorców, głównie z branży kosmetycznej oraz modowej¹⁵. Ponadto trwa gromadzenie i analiza materiału dowodowego w innych sprawach, w których toczyć się będą postępowania.

Celem Prezesa UOKiK jest ustalenie, czy działania marketingowe marek, dotyczące ESG – nosiły znamiona greenwashingu.

Liczba prowadzonych postępowań wyjaśniających wzrosła z 8 wszczętych w 2023 r. do 16, prowadzonych w 2024 r.

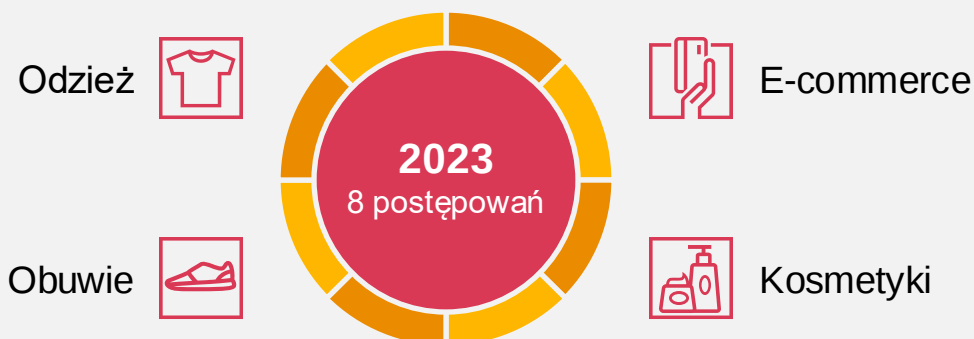
Postępowania wszczęte w 2023 r. nadal toczą się na etapie wyjaśniającym (nie są to postępowania w sprawie). Co istotne, Prezes UOKiK zaczął sprawdzać nowe sektory. W 2023 r. postępowania były prowadzone z udziałem przedsiębiorców, którzy działają na rynkach:

- e-commerce,
- handlu detalicznego (produkty kosmetyczne, odzież i obuwie),

W 2024 r. organ sprawdza także działalność przedsiębiorców, którzy działają na rynkach:

- e-commerce,
- handlu detalicznego – (produkty kosmetyczne, odzież i obuwie, artykuły chemiczne, spożywcze),
- usług przewozu osobowego,
- usług kurierskich.

Liczba prowadzonych postępowań wyjaśniających w 2023 r.



Liczba prowadzonych postępowań wyjaśniających w 2024 r.



15) Stan na 13 września 2024 r.



Pozwy wobec przedsiębiorców za praktyki w zakresie greenwashingu mogą obejmować różnorodne roszczenia wynikające z przepisów dotyczących ochrony konsumentów, nieuczciwej konkurencji, ochrony środowiska, a także prawa cywilnego.

Nieuczciwa praktyka rynkowa

Konsument może wytoczyć powództwo na podstawie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym¹⁶. Greenwashing może być zaklasyfikowany jako nieuczciwa praktyka, jeśli wprowadza konsumenta w błąd co do ekologicznych właściwości produktów lub działalności przedsiębiorcy.

Możliwe roszczenia przysługujące konsumentowi w razie dokonania przez przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki rynkowej to:

- zaniechanie tej praktyki;
- usunięcie skutków tej praktyki;
- złożenie jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie;
- obniżenie ceny;
- naprawienie wyrządzonej szkody, w szczególności żądanie unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu;
- zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Z roszczeniami w zakresie zaniechania praktyki, złożenia odpowiedniego oświadczenia czy też zasądzenia sumy pieniężnej na cel społeczny mogą również wystąpić Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Finansowy, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów oraz powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów.



16) Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2023 r., poz. 845 ze zm.).

Pozew indywidualny albo zbiorowy

Jeśli greenwashing dotyczy szerokiej grupy konsumentów, mogą oni wystąpić z pozwem zbiorowym na podstawie ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym¹⁷. W takim przypadku konsumenci mogą wspólnie dochodzić roszczeń wobec przedsiębiorcy. Przykładowo grupa konsumentów, którzy zakupili produkt promowany jako ekologiczny, a który okazał się nie spełniać standardów, może domagać się zwrotu kosztów lub odszkodowania.

Niezależnie od powyższego, konsument może również samodzielnie wystąpić z pozwem, jeśli uzna że działania przedsiębiorcy o znamionach greenwashingu naruszają inne obowiązujące przepisy, jak chociażby przepisy Kodeksu cywilnego.



Zwalczanie nieuczciwej konkurencji

Wobec przedsiębiorcy stosującego praktyki greenwashingowe, potencjalnie może zostać wytoczone powództwo przez innych przedsiębiorców, na podstawie przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji¹⁸.

Możliwe roszczenia (żądania) przedsiębiorcy, którego interes został naruszony obejmują:

- zaniechanie niedozwolonych działań;
- usunięcie skutków niedozwolonych działań;
- złożenie jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie;
- naprawienie wyrządzonej szkody;
- wydanie bezpodstawnie uzyskanych korzyści;
- zasądzenie odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej lub ochroną dziedzictwa narodowego – jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji był zawiniony.

17) Ustawa z dnia 17 grudnia 2009 r. o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym (t.j. Dz.U. z 2023 r., poz. 1212 ze zm.).

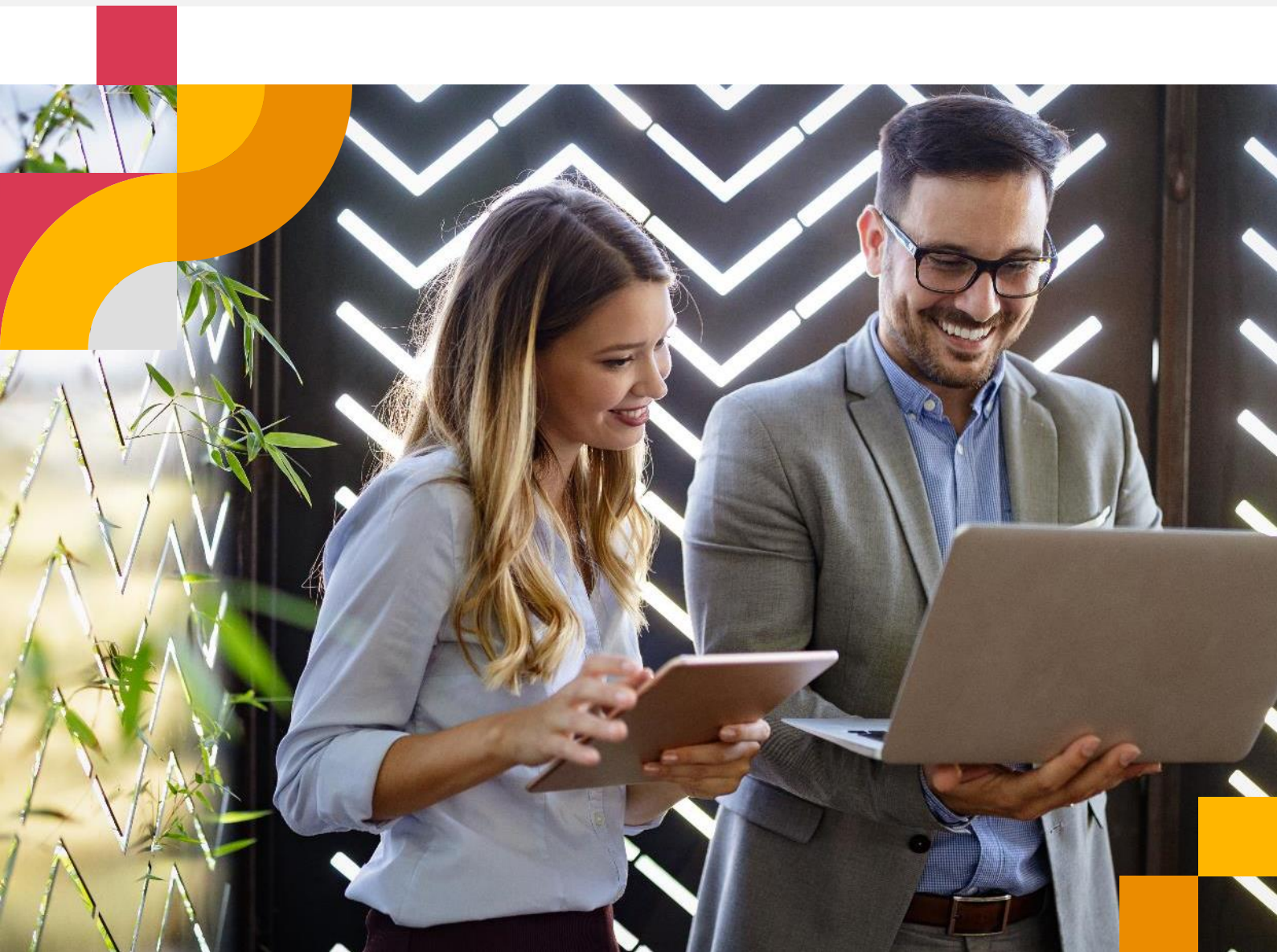
18) Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz.U. z 2022 r., poz. 1233 ze zm.).



Greenwashing stanowi poważne ryzyko reputacyjne. Przedsiębiorstwa, które stosują takie praktyki narażają się na utratę zaufania konsumentów, co może prowadzić do długotrwałych szkód wizerunkowych. Konsekwencje dla przedsiębiorców mogą być poważne – od bojkotu konsumenckiego, przez utratę inwestorów, aż po działania prawne.

Długofalowe skutki greenwashingu mogą obejmować również utratę pozycji rynkowej oraz trudności w nawiązywaniu relacji biznesowych, zwłaszcza w dobie rosnącej świadomości społecznej na temat zrównoważonego rozwoju. W erze mediów społecznościowych, informacje o greenwashingu szybko się rozprzestrzeniają, co może skutkować poważnymi stratami finansowymi oraz spadkiem wartości marki.

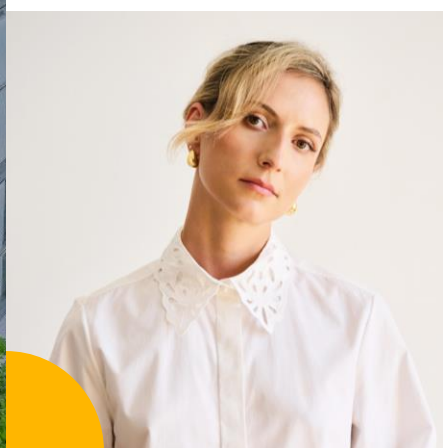
Greenwashing stanowi poważne ryzyko reputacyjne, które może mieć negatywny wpływ na wszystkie aspekty działalności przedsiębiorstwa. W obliczu rosnącej świadomości konsumentów i nacisku na autentyczność działań proekologicznych, przedsiębiorcy powinni dążyć do transparentności i rzeczywistego zaangażowania w zrównoważony rozwój, aby uniknąć negatywnych konsekwencji związanych z greenwashingiem.





Greenwashing to problem, który jest obecny w przestrzeni publicznej na całym świecie. Dużo uwagi poświęcono mu także podczas tegorocznego Tygodnia Klimatycznego w Nowym Jorku (Climate Week NYC). W USA organizacje klimatyczne coraz częściej wnoszą pozwy przeciwko markom, które używają takich haseł jak „zrównoważony” bez rzeczywistych dowodów. Wiele firm, w tym nawet te największe, takie pozwy przegrywa, co prowadzi do zmiany optyki całego rynku amerykańskiego. Działania regulacyjne, takie jak te obowiązujące w Unii Europejskiej, są niezbędne, aby zapewnić transparentność i uczciwość w komunikacji dotyczącej działań proekologicznych. Istotne jest również, żeby firmy edukowały swoich klientów, wyjaśniając znaczenie terminów takich jak „cykularny” czy „zeroemisyjny”.

Uważam, że kluczowa w rozwiązaniu problemu greenwashing’u jest kooperacja między biznesem, uczelniami, NGO a rządami. Dotyczy to również Polski. Rządy powinny otworzyć się na współpracę z ekspertami, aby zwiększyć wiedzę na temat ESG i wdrażać rozwiązania, które będą zapobiegać greenwashingowi.



Martyna Zastawna

Międzynarodowa ekspertka ds. zrównoważonego rozwoju



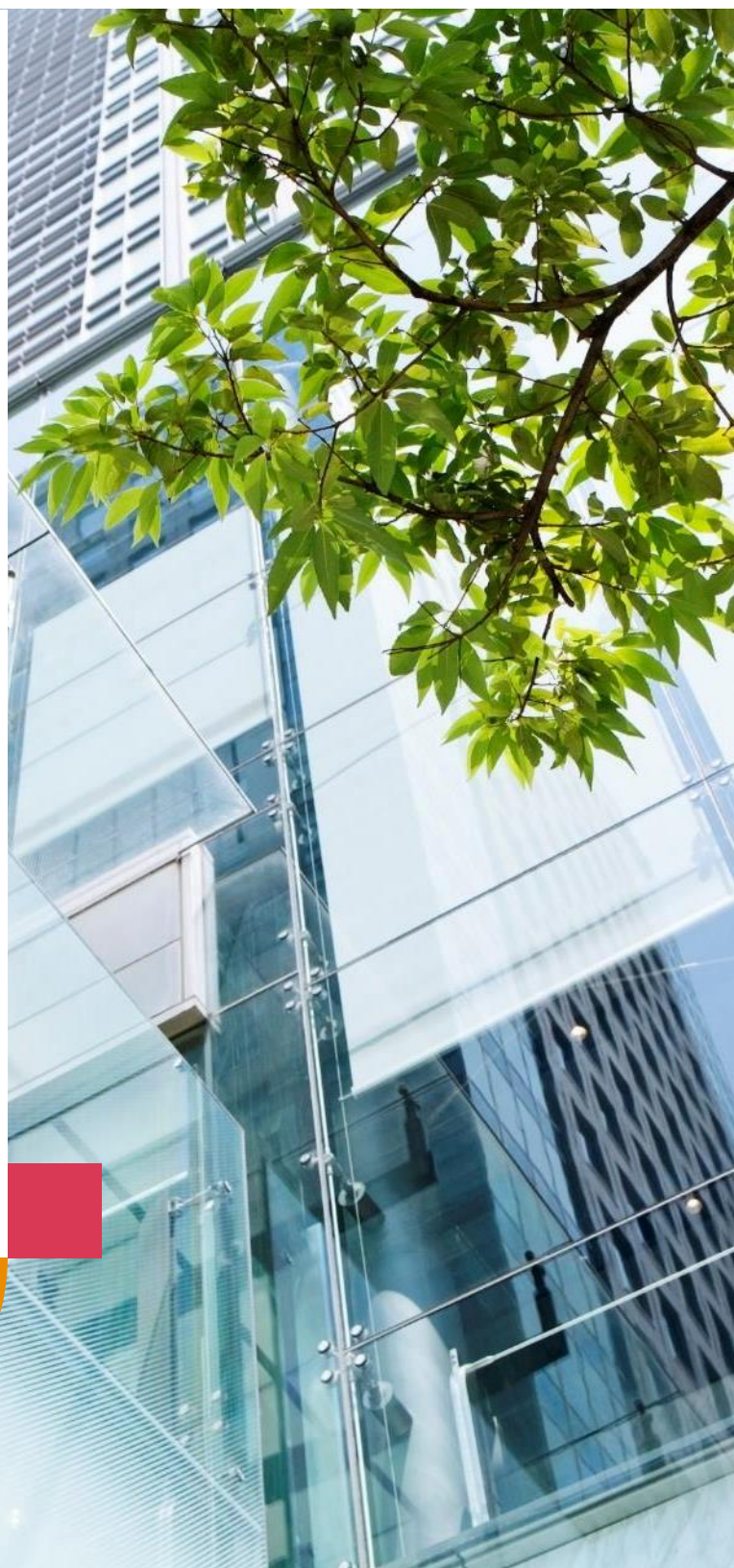
3

Perspektywa sektora finansowego

Perspektywa sektora finansowego

W maju 2022 r. Europejskie Urzędy Nadzoru: Bankowego (*European Banking Authority*, „EBA”), Giełd i Papierów Wartościowych (*European Securities and Markets Authority*; „ESMA”) oraz Ubezpieczeń i Pracowniczych Programów Emerytalnych (*European Insurance and Occupational Pensions Authority*; „EIOPA”) otrzymały prośbę od Komisji Europejskiej o przedstawienie stanowisk na temat zjawiska greenwashingu. Działanie miało stanowić odpowiedź na rosnącą ilość przypadków greenwashingu w sektorze finansowym UE. W 2018 roku zgłoszonych zostało 40 przypadków, cztery lata później – ponad pięciokrotnie więcej – w samym 2023 roku nastąpił wzrost o 13,6% w porównaniu do roku poprzedniego. Co więcej, to właśnie na sektor finansowy UE przypada większy udział w łącznej liczbie domniemyanych przypadków greenwashingu¹⁹.

Do trzech najczęstszych zagadnień tematycznych, w ramach których formułowano twierdzenia o znamionach greenwashingu w sektorze finansowym UE, zalicza się: zmiany klimatyczne, wpływ na krajobraz i różnorodność biologiczną oraz oddziaływania na społeczności lokalne, co wpisuje się zresztą w trendy dominujące w pozostałych sektorach gospodarki.



19) Źródło: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com, za: EBA Progress Report on Greenwashing monitoring and supervision, EBA/REP/2023/16.

Czym jest greenwashing z perspektywy unijnych organów nadzoru?

Nadzorcy proponują definicję, która opisuje greenwashing jako: “praktykę, w której oświadczenia, deklaracje, działania lub komunikacja związane ze zrównoważonym rozwojem nie odzwierciedlają jasno i uczciwie profilu zrównoważonego rozwoju jednostki, produktu finansowego lub usługi finansowej. Praktyka ta może wprowadzać w błąd konsumentów, inwestorów lub innych uczestników rynku. Należy zaznaczyć, że wprowadzające w błąd twierdzenia związane ze zrównoważonym rozwojem mogą wystąpić i rozprzestrzenić się w sposób umyślny lub nieumyślny. W obu przypadkach prowadzą do poniesienia odpowiedzialności.”



Sektor bankowy²⁰

4 czerwca 2024 roku EBA opublikowała raport końcowy²¹, który zawiera przegląd ryzyka greenwashingu w sektorze bankowym i jego wpływu na banki, firmy inwestycyjne i dostawców usług płatniczych, ze szczególnym uwzględnieniem zmian, które zaobserwowano w ciągu ostatniego roku. Zawiera także zalecenia dla instytucji, organów nadzoru i decydentów oraz przykłady złych jak i dobrych praktyk w tym zakresie. Na potrzeby niniejszego opracowania, stanowisko EBA prezentowane jest również z uwzględnieniem raportu wstępnego EBA dotyczącego greenwashingu²².

Za szczególną wartość dodaną raportu wstępnego, której nie powielono w finalnej wersji, należy wskazać matrycę potencjalnych praktyk greenwashingu w działalności sektora bankowego. Przykładowe praktyki istotne w kontekście działalności bankowej zgrupowano, zgodnie z przywołaną wyżej uogólnioną definicją greenwashingu, na te, które mogą mieć miejsce na poziomie produktu, usługi i instrumentu finansowego, oraz takie, które mogą wystąpić na poziomie podmiotu. Zarówno jedno, jak i drugie mogą przy tym mieć miejsce zarówno przy okazji ujawnień wymaganych prawem (np. w ramach CSRD lub dotyczących zgodności z Taksonomią), jak i dobrowolnych. Ponadto, tak na poziomie podmiotu, jak i produktu mogą dotyczyć zidentyfikowanych przez jednostkę cech zrównoważonego rozwoju, wyników zrównoważoności lub jej rzeczywistych oddziaływań, jak też jej przyszłych zobowiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju.

20) Szerzej temat prezentuje materiał, którego autorem jest Związek Banków Polskich przy współpracy z PwC Legal: ZBP, Wprowadzenie do zagadnienia greenwashingu w sektorze bankowym. Edycja pierwsza, 13.02.2024 r., dostępny online: <https://www.zbp.pl/getmedia/b7007098-0748-4235-a908-2ce17a15d45d/ZBP-Wprowadzenie-do-greenwashingu-02-2024>

21) EBA Final Report on Greenwashing monitoring and supervision, EBA/REP/2024/09.

22) EBA Progress Report on Greenwashing monitoring and supervision, EBA/REP/2023/16.

Przykłady narażenia na ryzyko greenwashingu według EBA:

1



Na poziomie podmiotu za wprowadzające w błąd praktyki uznano przede wszystkim te dotyczące strategii biznesowej ESG oraz te odnoszące się do wewnętrznego ładu korporacyjnego:

A. odnośnie strategii biznesowej, twierdzenia te mogą wprowadzać w błąd na przykład poprzez:

- selektywne promowanie zielonych inicjatyw i celowe zatajanie informacji o finansowaniu spółek zaangażowanych w niezrównoważone działania i/lub negatywnie oddziałujących na zrównoważony rozwój, czy też co do uzyskanych przez jednostkę certyfikatów ESG;
- brak powiązania oświadczeń co do rzeczywistego wpływu działań z gospodarką realną, z pominięciem oceny efektywności strategii biznesowej w zakresie rzeczywistych oddziaływań na środowisko, czy też dotyczyć korzyści środowiskowych wynikających z działalności jednostki, pomimo dalszego finansowania spółek, które przypuszczalnie odpowiadają za znaczną emisję gazów cieplarnianych; oraz
- publiczne zobowiązania co do dekarbonizacji ogółu inwestycji i działalności kredytowej lub osiągnięcia neutralności emisyjnej, podczas gdy plan przejścia nie został jeszcze potwierdzony na poziomie jednostki.

B. odnośnie wewnętrznego ładu korporacyjnego poprzez:

- mylące oświadczenia dotyczące zasobów ESG i dedykowanego zespołu ESG (competence-washing), czy też sposobu w jaki wyniki ESG są uwzględnione w przeglądach wyników i mechanizmach kompensacyjnych personelu;
- zwracanie uwagi na niewielkie pozytywne działanie, które w istocie ma niewielki wpływ na ogólny ślad środowiskowy;
- publiczne deklarowanie ograniczenia emisji z zakresu 1 i zakresu 2, podczas gdy plan przejścia nie przekłada się na ramy kontroli wewnętrznej.

2



Na poziomie produktu, usługi i instrumentu finansowego:

- w sektorze bankowości detalicznej wskazuje się np. na zielone kredyty detaliczne i hipoteki, które nie są w rzeczywistości wykorzystywane do finansowania towarów, produktów, działalności lub nieruchomości kwalifikowanych jako (w pełni) zielone czy też mylące odniesienia do standardów zielonych kredytów i/lub etykietowania;
- w sektorze bankowości korporacyjnej – przedstawianie kredytów powiązanych ze zrównoważonym rozwojem jako prezentujące rzeczywiste oddziaływania, podczas gdy niekoniecznie pozwala na to ich struktura;
- w sektorze usług inwestycyjnych – fałszywe lub nieprecyzyjne twierdzenia co do stopnia w jakim usługa uwzględnia preferencje klientów w zakresie zrównoważonego rozwoju czy też reklamowanie funduszu jako zielony, podczas gdy czynniki związane z “zielenią” nie są istotne w decyzji inwestycyjnej zarządzającego²³.

23) Tłumaczenie własne PwC.

Przykłady mitygacji ryzyka greenwashingu według EBA:

1



Instytucje finansowe powinny dopilnować, aby ich oświadczenia dotyczące zrównoważonego rozwoju były dokładne i rzetelnie odzwierciedlały ich ogólny profil i model biznesowy lub profil ich produktów. Oświadczenia powinny przedstawiać reprezentatywny obraz podmiotu lub produktu i nie pomijać ważnych informacji, które mogłyby wpłynąć na proces podejmowania decyzji lub stworzyć błędne wyobrażenie na temat faktycznego wkładu w zrównoważony rozwój. Stosowanie proporcjonalności w każdej komunikacji, rzetelnie odzwierciedlającej stopień, w jakim czynniki zrównoważonego rozwoju są powiązane z danym produktem, portfelem, działalnością lub strategią, może pomóc w ograniczeniu greenwashingu. Z drugiej strony twierdzenia podkreślające jedynie pozytywny wpływ na zrównoważony rozwój, podczas gdy inne aspekty podmiotu lub produktu mogą mieć negatywny wpływ na zrównoważony rozwój, mogą sprzyjać greenwashingowi.

2



Instytucje powinny być w stanie uzasadnić i poprzeć swoje twierdzenia solidnymi dowodami i jasnymi faktami. Powinny również dokładnie ocenić, czy ich twierdzenia można wyjaśnić i uzasadnić w oparciu o wiarygodne, sprawdzalne i istotne informacje. Jeżeli roszczenia są ważne tylko wtedy, gdy mają zastosowanie określone warunki lub zastrzeżenia, należy wyraźnie określić te warunki lub zastrzeżenia.

3



Oświadczenia dotyczące zrównoważonego rozwoju należy na bieżąco aktualizować, a wszelkie zmiany należy zgłaszać w odpowiednim czasie i z jasnym uzasadnieniem. Instytucje powinny regularnie przeglądać swoje twierdzenia i wszelkie dowody potwierdzające, aby zapewnić dokładne odzwierciedlenie odpowiednich zmian w strategiach, politykach, operacjach i/lub produktach. W razie potrzeby, na przykład w przypadku znaczącej zmiany polityk lub celów zrównoważonego rozwoju, instytucje powinny zrewidować swoje twierdzenia, aby dostosować je do nowej polityki lub celu, w przejrzysty sposób informując o tej zmianie. Na poziomie produktu należy poinformować konsumentów o zmianie cech produktu związanych ze zrównoważonym rozwojem i uwzględnić go we wszelkich oświadczeniach dotyczących zrównoważonego rozwoju dotyczących produktu.

4



Instytucje powinny dopilnować, aby ich twierdzenia dotyczące zrównoważonego rozwoju były jasne i prezentowane w sposób zrozumiały dla docelowych odbiorców, przy jednoczesnym zachowaniu dokładności. Widoczność, dostępność i zrozumiałość twierdzeń o zrównoważonym rozwoju mają kluczowe znaczenie dla procesu decyzyjnego zainteresowanych stron.



Sektor ubezpieczeń

31 maja 2024 roku EIOPA opublikowała raport końcowy²⁴ oraz opinię²⁵, w ramach których przedstawia kluczowe propozycje mające na celu wzmocnienie nadzoru nad zjawiskiem greenwashingu w sektorze ubezpieczeń. Na potrzeby niniejszego opracowania, stanowisko EIOPA prezentowane jest również z uwzględnieniem raportu wstępnego EIOPA dotyczącego greenwashingu²⁶.

Zajęcie stanowiska przez EIOPA w tym temacie motywowane jest coraz częstszym sięganiem przez ubezpieczycieli po stwierdzenia o zrównoważonym rozwoju na różnych etapach cyklu życia ubezpieczeń i emerytur, przy jednoczesnym braku standardów w tym zakresie. W ramach zarządzania na poziomie podmiotu, oświadczenia te składane są w odniesieniu do swojego procesu decyzyjnego, zarządzania ryzykiem, wynagradzania, kultury organizacyjnej, audytu wewnętrznego i wewnętrznych procesów. Wychodząc temu naprzeciw nadzorca podaje przykłady dobrych i złych praktyk, wyjaśnia, czym są oświadczenia o zrównoważonym rozwoju i przedstawia sposoby, w jakie mogą one wprowadzać w błąd.



Przyjęto cztery główne zasady przy tworzeniu oświadczeń o zrównoważonym rozwoju, które wynikają z obowiązku dostarczania rzetelnych, jasnych i niewprowadzających w błąd informacji:

- 1** Stwierdzenia dotyczące zrównoważonego rozwoju powinny być **dokładne, precyzyjne i rzetelnie odzwierciedlać** profil ubezpieczyciela i/lub profil jego produktów.
- 2** Stwierdzenia dotyczące zrównoważonego rozwoju powinny być **poparte jasnym uzasadnieniem, faktami i procesami**.
- 3** Stwierdzenia dotyczące zrównoważonego rozwoju i ich uzasadnienia powinny być **dostępne** dla docelowych interesariuszy.
- 4** Stwierdzenia dotyczące zrównoważonego rozwoju powinny być **regularnie aktualizowane**, a wszelkie istotne zmiany powinny być ujawniane w odpowiednim czasie i z jasnym uzasadnieniem.

24) EIOPA Final Report. Advice to the European Commission on greenwashing risks and the supervision of sustainable finance policies - Advice to the European Commission, EIOPA-BoS-24-159.

25) EIOPA Opinion on sustainability claims and greenwashing in the insurance and pensions sectors, EIOPA-BoS-24/160.

26) EIOPA Progress report on Advice to the European Commission on Greenwashing, EIOPA-BoS-23/157.

Przykłady narażenia na ryzyko greenwashingu według EIOPA:

1



Ubezpieczyciel podkreśla na swojej stronie internetowej, że inwestuje w spółki o niskiej emisji gazów cieplarnianych. Natomiast w rzeczywistości większość jego inwestycji dotyczy spółek o wysokiej emisji GHG, które są ujawniane w innych raportach, do których dostęp wymaga poruszania się po nieproporcjonalnie dużej liczbie stron.

3



Dostawca nazywa swój produkt ubezpieczeniowy “Zrównoważona przyszłość”, jednak ten w dokumentacji przedumownej ujawnia zobowiązanie do udziału w wysokości 0% zrównoważonych inwestycji zgodnie z art. 9 rozporządzenia SFDR.

2

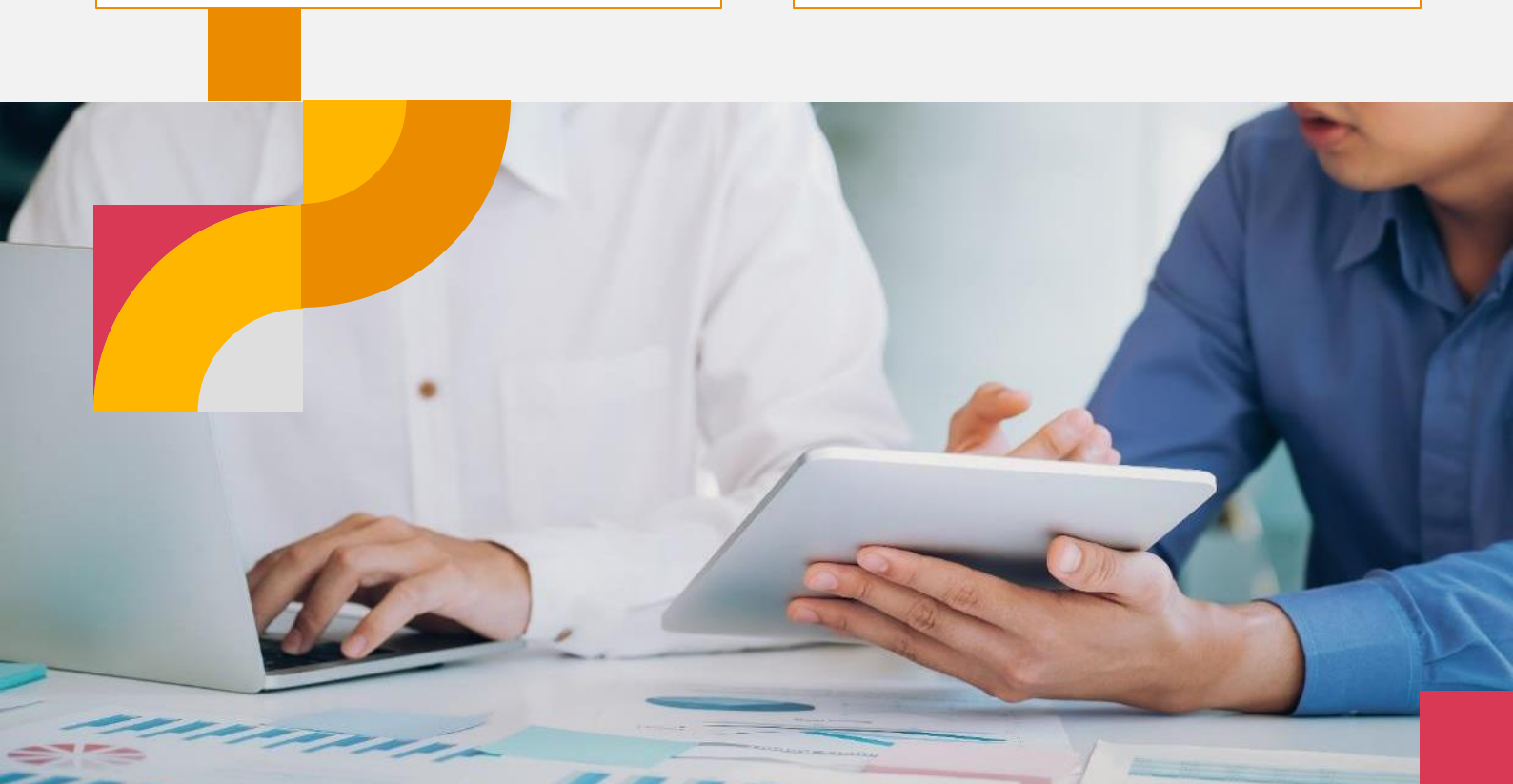


Dostawca ubezpieczeń twierdzi, że jest “liderem w dziedzinie zrównoważonego rozwoju” dzięki ocenie przyznanej przez zewnętrzną agencję ratingową i jednocześnie nie wyjaśnia, w jaki sposób jest mierzona. W tym przypadku mierzyła jedynie profil ryzyka związanego ze zrównoważonym rozwojem podmiotu; nie oceniono natomiast wpływu działalności dostawcy na czynniki zrównoważonego rozwoju.

4



Ubezpieczyciel twierdzi, że materialnie łączy wynagrodzenie swojego wyższego kierownictwa z pozytywnym wpływem na środowisko w postaci celów klimatycznych. Są to cele krótkoterminowe, które mierzą jedynie ryzyka finansowe wynikające ze zmian klimatycznych, czyli ryzyko klimatyczne, i dlatego nie mierzą pozytywnego wpływu na klimat. Ponadto dostawca nie ujawnia publicznie tych celów.



Przykłady mitygacji ryzyka greenwashingu według EIOPA:

1



Ubezpieczyciel informuje na swojej stronie internetowej, że dołączył do sojuszu Net-Zero, zobowiązującego się do osiągnięcia zerowej emisji netto do 2050 r. w swoim portfelu ubezpieczeniowym. Po przystąpieniu ubezpieczyciel w przejrzysty sposób nakreślił swoje długoterminowe cele w zakresie zrównoważonego rozwoju i ustalił plan działania zawierający cele pośrednie oparte na ustaleniach naukowych. Wewnętrznie dostawca ten wprowadza rygorystyczne mechanizmy monitorowania w celu śledzenia postępów realizacji celów. Aby zapewnić odpowiedzialność zewnętrzną, dostawca ten **często publikuje raporty z postępu w realizacji celów**, szczegółowo opisujące osiągnięcia w tym zakresie oraz dokładnie informuje o istotnych zmianach w swoim podejściu i strategii. Ubezpieczyciel **aktywnie współpracuje** z członkami sojuszu, aby dzielić się najlepszymi praktykami i być na bieżąco z trendami w zakresie zrównoważonego rozwoju.

2



Ubezpieczyciel twierdzi, że promuje zrównoważony rozwój i na swojej stronie internetowej podaje w jasny i systemowy sposób informacje na temat celów zrównoważonego rozwoju, które realizuje. Dzięki temu konsumenci mogą uzyskać dostęp do informacji nie będąc nimi przytłoczonym. Dostarczając te informacje **podaje linki do raportów i/lub repozytorium danych**, w których klienci lub inne zainteresowane strony mogą łatwo sprawdzić, w jaki sposób ubezpieczyciel realizuje swoje cele w zakresie zrównoważonego rozwoju.

3



Dostawca ubezpieczeń twierdzi, że silnie uwzględnia w swoim zarządzaniu na poziomie spółki aspekty zrównoważonego rozwoju. Spółka ta określa zrównoważony rozwój jako jeden ze swoich strategicznych priorytetów na następne 5 lat, przedstawiając szczegółowy plan działania, który publikuje na swojej stronie internetowej. **Tworzy także przekrojowy zespół ds. zrównoważonego rozwoju** posiadający odpowiednią wiedzę specjalistyczną w zakresie zrównoważonego rozwoju, który w stosownych przypadkach jest uprawniony do rzucania wyzwań zarządowi i różnym jednostkom biznesowym. Co więcej, w istotny sposób **łączy praktyki wynagradzania z celami zrównoważonego rozwoju** i organizuje inicjatywy budowania potencjału, takie jak warsztaty dla pracowników na temat aspektów związanych ze zrównoważonym rozwojem.

4



Dostawca emerytur oferuje produkt emerytalny o nazwie “Finansowanie transformacji i twojej emerytury”. Ten schemat ma na celu zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych wynikających z działalności, w którą produkt będzie inwestować. Dokonane zgodnie z rozporządzeniem SFDR **ujawnienie do produktu podkreśla, jak zamierza osiągnąć ten cel:** i) poprzez inwestowanie w aktywa (np. spółki, projekty lub państwa), które mają zmniejszyć emisję GHG wynikającą z ich działalności, oraz ii) poprzez angażowanie się z firmami, w które inwestuje, w celu wpływania na ich decyzje biznesowe, aby obniżyć emisję GHG.



Sektor kapitałowy

W 2024 roku ESMA wydała dwa kluczowe dokumenty wychodzące naprzeciw przeciwdziałaniu ryzyku greenwashingu w sektorze kapitałowym:

- 4 czerwca 2024 r. opublikowano raport końcowy nt. greenwashingu, w którym ESMA podkreśla rolę nadzoru w ograniczaniu ryzyka wystąpienia tego zjawiska oraz prezentuje pogląd na sposób, w jaki można go stopniowo wzmacniać ("**Raport ESMA**")²⁷. Na potrzeby niniejszego opracowania, stanowisko ESMA prezentowane jest również z uwzględnieniem raportu wstępnego ESMA dotyczącego greenwashingu²⁸; oraz
- 14 maja 2024 r. opublikowano Wytyczne w sprawie stosowania terminów związanych z ESG lub zrównoważonym rozwojem w nazewnictwie funduszy ("**Wytyczne ESMA**")²⁹.

Raport ESMA

Analogicznie jak pozostałe organy nadzoru, ESMA zwraca uwagę na następujące aspekty:



Greenwashing to nie tylko twierdzenia fałszywe, ale również **brak ujawnienia informacji istotnych** dla konsumenta / inwestora / innych interesariuszy, **informacje selektywne, niejasne, niezrozumiałe, nadmiernie uproszczone, niejednoznaczne** czy **nieaktualne**.



Greenwashing to działania intencjonalne jak również **nieumyślne**, w tym w wyniku **niedochowania należytej staranności**.



Ryzyko greenwashingu dotyczy **całego cyklu życia produktu**, jak również **łańcucha wartości**.



27) ESMA Final Report on Greenwashing. Response to the European Commission's request for input on "greenwashing risks and the supervision of sustainable finance policies", ESMA36-287652198-2699.

28) EBA Progress Report on Greenwashing. Response to the European Commission's request for input on "greenwashing risks and the supervision of sustainable finance policies", ESMA30-1668416927-2498.

29) ESMA Wytyczne w sprawie stosowania terminów związanych z ESG lub zrównoważonym rozwojem w nazewnictwie funduszy, ESMA34 1592494965-657.

Przykłady narażenia na ryzyko greenwashingu według ESMA:

1



Obowiązki z zakresu MiFID II a greenwashing:

A. w fazie projektowania produktu: na gruncie dyrektywy delegowanej (UE) 2017/593 (w brzmieniu nadanym dyrektywą delegowaną (UE) 2021/1269) firmy inwestycyjne zobowiązane są uwzględniać cele klienta w zakresie zrównoważonego rozwoju w badaniu rynków docelowych. Według ESMA, w przypadku błędnego przypisania rynku docelowego (np. klient o preferencjach w zakresie zrównoważonego rozwoju w ramach pozytywnego rynku docelowego a produkt, który nie posiada żadnych cech z zakresu zrównoważonego rozwoju) mamy do czynienia z ryzykiem greenwashingu,

B. na etapie doradztwa: na podstawie rozporządzenia delegowanego (UE) 2017/565 (w brzmieniu nadanym rozporządzeniem delegowanym (UE) 2021/1253) firmy inwestycyjne zobowiązane są uwzględniać preferencje klienta w zakresie zrównoważonego rozwoju w procesie badania odpowiedności instrumentu finansowego. Według ESMA, jeśli klient będzie posiadał wskazane preferencje i nie zostaną one uwzględnione przez firmę inwestycyjną, również mamy do czynienia z ryzykiem greenwashingu.

3



Na poziomie jednostki: obszary, w ramach których raportowane czy w dowolny sposób ujawniane są dane z zakresu ESG dotyczące przedsiębiorstwa, takie jak wyniki z zakresu ESG czy informacje dotyczące strategii z zakresu zrównoważonego rozwoju.

3



Na poziomie produktu finansowego: wszelkie źródła zawierające informacje o powiązaniu produktu z aspektami ESG, w tym twierdzenia dotyczące cech produktu związanych ze zrównoważonym rozwojem, informacje dotyczące strategii ESG produktu.

4



Podmiot triggerujący ryzyko greenwashingu: ESMA zwraca uwagę, że ryzyko greenwashingu może zostać wywołane na różnym etapie cyklu życia produktu, w tym przez spółkę objętą inwestycją, ujawniającą dane z zakresu ESG, twórcę produktu finansowego z zakresu zrównoważonego rozwoju, doradcę finansowego świadczącego usługi dotyczące tego produktu, jak również podmioty trzecie, w tym dostawców danych z zakresu ESG.



Przykłady mitygacji ryzyka greenwashingu według ESMA:

1



Analogicznie jak w przypadku pozostałych organów nadzoru, ESMA kładzie nacisk na uczciwą, jasną i nie wprowadzającą w błąd komunikację o aspektach zrównoważonych. Wskazana wytyczna powinna stanowić podstawę wszelkiej komunikacji przedsiębiorstw z zakresu zrównoważonego rozwoju. Ponadto szczególną uwagę ESMA zwraca na obszary wysokiego ryzyka greenwashingu. Organ poddał analizie 4 grupy podmiotów: emitentów, zarządzających aktywami, administratorów benchmarków i dostawców usług inwestycyjnych. Dla każdej z tych grup, dwie wspólne płaszczyzny zidentyfikowano jako obszary wysokiego ryzyka:

- Strategia ESG, w tym wyznaczanie celów z zakresu zrównoważonego rozwoju.
- Ujawnienia dotyczące wyników i wpływu w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Pozostałe obszary, w ramach których dla wszystkich wskazanych grup zidentyfikowano ryzyka wysokie lub średnie:

- Zarządzanie i zasoby związane z kwestiami zrównoważonego rozwoju, w tym rola zarządu i kadry kierowniczej, kompetencje z zakresu ESG.
- Wyznaczanie celów z zakresu zrównoważonego rozwoju.
- Polityki w zakresie zrównoważonego rozwoju.
- Certyfikaty i twierdzenia z zakresu ESG.

2



Ponadto, ESMA rekomenduje następujące działania, mające na celu mitygację ryzyka greenwashingu w organizacji:

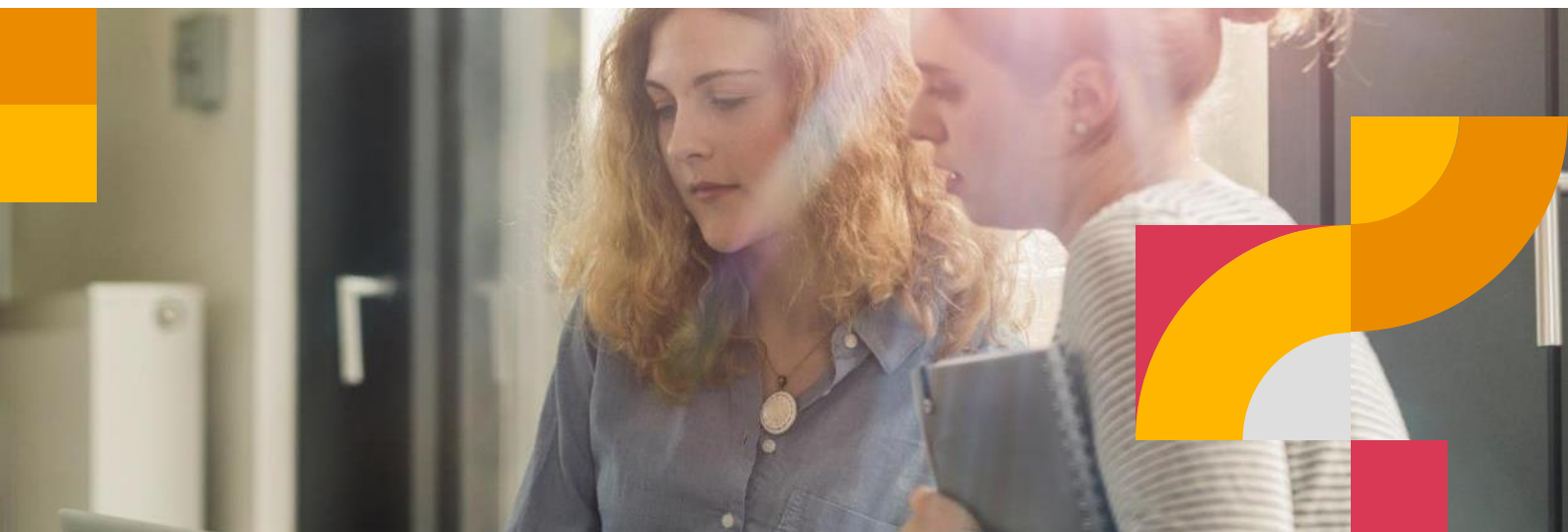
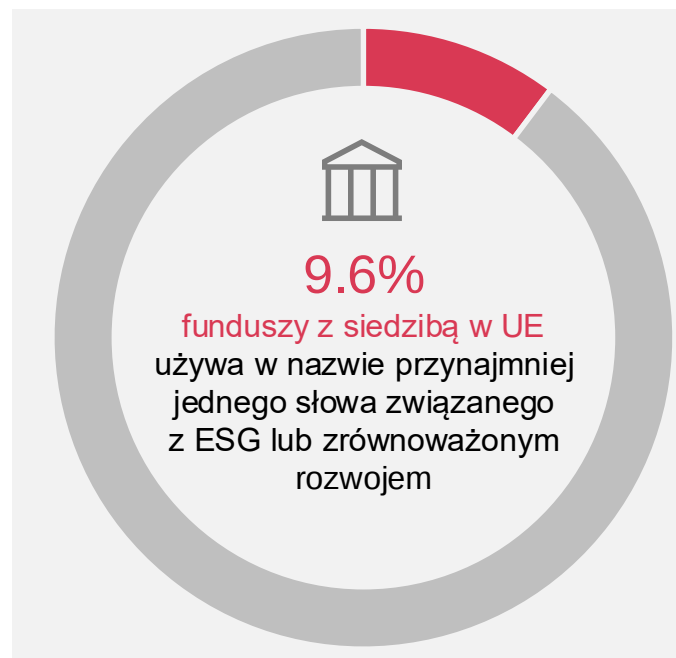
- Inwestycja w środki i kompetencje mające na celu zarządzanie danymi z zakresu ESG, w tym w systemy IT.
- Integracja ryzyk ESG z dotychczasowymi ramami zarządzania ryzykiem.
- Wdrożenie przeciwdziałania greenwashingowi do ładu korporacyjnego, w tym poprzez ustanowienie odpowiednich stanowisk w organizacji.
- W procesie analizy danych z zakresu ESG, przyjęcie tego samego poziomu ambicji co w przypadku danych finansowych.
- Wdrożenie kontroli zewnętrznych.
- Zwiększenie transparentności dotyczących metodologii analizy danych z zakresu ESG.
- Uwzględnianie dodatkowych informacji kontekstowych w przypadku komunikacji skierowanej do inwestorów detalicznych.

Wytyczne ESMA

Niemal dwa lata od rozpoczęcia prac musiały upłynąć do wydania przez ESMA ostatecznej wersji **Wytycznych w sprawie stosowania terminów związanych z ESG lub zrównoważonym rozwojem w nazewnictwie funduszy**. Zainicjowanie działań w tym zakresie zbiegło się z rewizją dyrektyw: ws. ZAFI (2011/61/UE) oraz UCITS IV (2006/65/WE). Za kompleksowością opracowania przemawiało wstrzymanie publikacji Wytycznych do czasu publikacji dyrektywy zmieniającej, co ostatecznie nastąpiło 14 maja 2024 r., z datą wejścia Wytycznych w życie od **21 listopada 2024 r.**

Wytyczne skierowane są zarówno do uczestników rynku finansowego, jak i do krajowych organów nadzoru, a zakresem obejmują **całą dokumentację funduszu i wszystkie informacje reklamowe kierowane do grona potencjalnych inwestorów**. Na potrzeby opracowania, „fundusz” należy rozumieć jako przedsiębiorstwo zbiorowego inwestowania w rozumieniu Dyrektywy UCITS oraz alternatywny fundusz inwestycyjny w rozumieniu Dyrektywy AIFMD. Podkreślenia wymaga, że fundusze objęte wskazanymi wytycznymi, mające na celu inwestycje promujące aspekty środowiskowe / społeczne oraz inwestycje zrównoważone, podlegać będą wymogom zarówno SFDR, jak i Wytycznych.

Celem Wytycznych jest zapewnienie ochrony inwestorów przed bezpodstawnymi lub przesadnymi twierdzeniami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju w nazwach funduszy oraz zapewnienie zarządzającym aktywami jasnych i mierzalnych kryteriów oceny ich zdolności do stosowania terminów związanych z ESG lub zrównoważonym rozwojem w nazwach funduszy. Potrzeba opracowania wytycznych wynikała z badań przeprowadzonych przez ESMA w skali UE, na podstawie których oszacowano, że 9.6% funduszy z siedzibą w UE (6 940 z 67 496) używa w nazwie przynajmniej jednego słowa związanego z ESG lub zrównoważonym rozwojem.



Zgodnie z podejściem ESMA, jako fundusz ESG oznaczyć można fundusz, w ramach którego utrzymany jest **próg 80%** odsetka inwestycji uwzględniających aspekt środowiskowy lub społeczny lub spełniającego cele zrównoważonego inwestowania. Jest to **wymóg jednolity dla wszystkich kategorii funduszy** objętych zakresem Wytycznych. W przypadku funduszy zrównoważonych, ESMA zdecydowała się wprowadzić wymóg w postaci zobowiązania do znaczącego inwestowania w zrównoważone inwestycje w rozumieniu art. 2 pkt. 17 SFDR³⁰.

Jak doprecyzowano w skonsolidowanej wersji Q&A dotyczących SFDR z 25.07.2024 (JC 2023/18), ujawnienie minimalnego stopnia zgodności inwestycji produktu finansowego z Taksonomią jest zobowiązaniem, które powinno być spełnione zawsze.

Jednocześnie, nie powinno obejmować „celów” dotyczących zgodności z Taksonomią ani też faktycznie osiągniętego poziomu inwestycji zgodnych z Taksonomią, lecz jedynie minimum, które produkt finansowy zobowiązuje się spełnić. Zobowiązanie to jest odzwierciedlone we wzorach oświadczeń stanowiących załączniki do SFDR.



30) W porównaniu do projektowanej wersji, ESMA zdecydowała się usunąć pierwotnie proponowany dodatkowy próg 50% dla zrównoważonych inwestycji. Środek ten został poddany krytyce przez interesariuszy z uwagi na pozwalającą na zbyt dużą, aby mogła funkcjonować jako konkretny próg, uznaniowość definicji z art. 2 pkt. 17 SFDR.



Kategoria I

Zupełne *novum* względem pierwotnego opracowania stanowi wyodrębnienie **funduszy wykorzystujących terminy związane z „działalnością na rzecz przejścia”**. Poza spełnieniem powyższego progu 80%, na fundusze nałożono wymóg wynikający wyłącznie z unijnych wskaźników referencyjnych transformacji klimatycznej (Climate Transition Benchmarks – CTB), tj. wykluczenia inwestycji w przedsiębiorstwa:

- zaangażowane w jakąkolwiek działalność związaną z kontrowersyjną bronią,
- zajmujące się uprawą i produkcją tytoniu oraz
- te, które według administratorów testów porównawczych naruszają zasady Global Compact Organizacji Narodów Zjednoczonych (UNGC) lub Wytyczne Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) dla przedsiębiorstw wielonarodowych.



Wprowadzenie tej kategorii funduszy ma **na celu uniknięcie sankcjonowania inwestycji w przedsiębiorstwa czerpiące część przychodów z paliw kopalnych nakierowanej na promowania wsparcia ścieżki przejścia w kierunku bardziej zielonej gospodarki**. Respondenci krytycznie bowiem odnosili się do jednolitego wymogu wyłączeń wynikających z unijnych wskaźników referencyjnych dostosowanych do porozumienia paryskiego (EU Paris-Aligned Benchmark – PAB) w odniesieniu do wszelkich funduszy stosujących terminy związane z ESG lub ze zrównoważonym rozwojem. Oba wskaźniki bazują na tych samych kryteriach, skoncentrowanych na dekarbonizacji, ale przewidują różne progi. Ponieważ bardziej rygorystyczne wyłączenia wynikające z PAB obejmują niektóre spółki paliw kopalnych oparte na przychodach, niektóre strategie na rzecz przejścia nie mogłyby używać odpowiednich terminów w swoich nazwach. Ostatecznie uznano, że bardziej rygorystyczne wymogi wyłączeń mogłyby stawiać w gorszej pozycji niektóre fundusze używające w swojej nazwie terminów, które nie są środowiskowe lub które koncentrują się na strategiach przejścia.



Kategoria II

Analogiczne wymogi nałożono na **fundusze wykorzystujące terminy związane z aspektem społecznym**, co odnosi się do słów wywołujących u inwestora wrażenie promowania cech społecznych, i ładem korporacyjnym, tj. terminologii skupiającej na uwagę inwestora na aspektach zarządzania funduszem w sposób zrównoważony.



Kategoria III

Bardziej rygorystyczne wymogi wynikające z PAB utrzymano co do **funduszy wykorzystujących terminy związane z aspektem środowiskowym**, tj. wywołujących u inwestora wrażenie promowania cech środowiskowych, jak również cech społecznych (np. „zielony”, „środowiskowy”, „klimat”, a nawet, jak wskazano wprost w Wytycznych, „ESG” i „Socially Responsible Investment” - „SRI”).

W przypadku łączenia terminów wymogi wynikające z Wytycznych powinny znaleźć kumulatywne zastosowanie.

Wyjątek

Celem zapewnienia, że strategie przejściowe nie zostaną nadmiernie dotknięte, w przypadku, gdy terminy środowiskowe są w nazwie funduszu używane w połączeniu z terminami związanymi z „działalnością na rzecz przejścia”, należy stosować mniej rygorystyczne wyłączenia CTB.

Nie dotyczy to jednak terminów związanych ze „zrównoważonym rozwojem”, które, w ocenie unijnego nadzorcy zawsze dawałyby wrażenie zrównoważonego rozwoju, niezależnie od innych terminów używanych w nazwie.



14.05.2024

Publikacja Wytycznych



21.08.2024

Wejście Wytycznych w życie

21.05.2025

Dostosowanie funduszy istniejących



Wziąwszy pod uwagę trzymiesięczny dodatkowy okres między publikacją Wytycznych a datą, w której zaczęły obowiązywać, ESMA wyraziła przekonanie, że jest to postanowienie hojne dla zarządców funduszy.

Zobowiązani wskazują natomiast na obciążenia związane z koniecznością kompleksowych przekształceń w przypadku funduszy objętych zmianami, obejmujących analizę i projektowanie, wewnętrzne procesy zatwierdzania, informowanie posiadaczy jednostek uczestnictwa, zarządzanie możliwymi ryzykami reputacyjnymi, ponowną rejestrację funduszy parasolowych i dostosowanie indeksu ESG dla funduszy wykorzystujących te wskaźniki³¹.



Fundusze utworzone po dniu 21 sierpnia 2024 r. powinny uwzględniać wskazania Wytycznych.

31) Final Report on the Guidelines on funds names, ESMA, 14.05.2024

Podsumowanie

Greenwashing stanowi poważne ryzyko dla współczesnych przedsiębiorstw. Wliczają się w to ryzyka prawne, reputacyjne oraz organizacyjne. Nie oznacza to jednak, że firmy powinny rezygnować z komunikacji i unikać mówienia o zrównoważonym rozwoju przedsiębiorstwa. Wręcz przeciwnie, na właściwym komunikowaniu – mogą wiele zyskać. Należy pamiętać o transparentności, autentyczności i zgodności z regulacjami prawnymi.

Dla przypomnienia – co może być greenwashingiem? Warto zwrócić uwagę na wprowadzające w błąd deklaracje o ekologiczności firmy, produktu czy usługi, kiedy nie możemy poprzeć jej dowodami. Podobnie będzie z używaniem terminu “eko” bez konkretnego uzasadnienia czy mówienie o przyszłej efektywności ekologicznej bez realistycznych planów.



Działania na rzecz autentycznego zrównoważonego rozwoju powinny opierać się na spójnych strategiach, które uwzględniają regulacje prawne oraz rzeczywiste efekty środowiskowe.



Transparentność – Firmy powinny jasno komunikować swoje działania proekologiczne, unikając ogólnikowych stwierdzeń bez konkretnego uzasadnienia.



Weryfikacja – Wszystkie twierdzenia dotyczące ekologiczności powinny być poparte solidnymi dowodami, które mogą być zweryfikowane przez odpowiednie organy.



Aktualizacja – Regularne przeglądy i aktualizacje strategii oraz komunikatów dotyczących zrównoważonego rozwoju są kluczowe dla utrzymania wiarygodności.

Budowanie wiarygodności wymaga zaangażowania całej organizacji. Tworzenie szczegółowych planów osiągnięcia celów środowiskowych, rzetelne raportowanie w oparciu o uporządkowanie dane oraz edukowanie pracowników i interesariuszy powinny stać się standardem w każdej odpowiedzialnej firmie.

Ostatecznie, dążenie do autentyczności (nie tylko) w zakresie działań z zakresu zrównoważonego rozwoju minimalizuje możliwe ryzyka, a także wzmacnia zaufanie klientów, partnerów biznesowych i inwestorów, co przekłada się na większe możliwości rozwojowe firmy.

Zapraszamy do kontaktu



Aleksandra Bańkowska

Partner PwC Polska, adwokat
aleksandra.bankowska@pwc.com



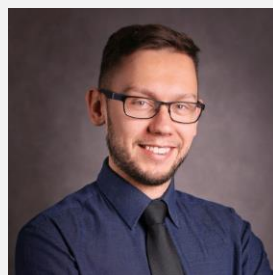
Tomasz Barańczyk

Partner PwC Polska
tomasz.baranczyk@pwc.com



Maria Andrzejewska

Dyrektor Generalna UNEP/GRID-Warszawa
maria.andrzejewska@gridw.pl



Michał Purol

Dyrektor ds. rozwoju UNEP/GRID-Warszawa
michal.purol@gridw.pl



Łukasz Łyczko

Dyrektor PwC Legal, radca prawny
lukasz.lyczko@pwc.com



Paulina Komorowska-Mrozik

Counsel, radca prawny
paulina.komorowska-mrozik@pwc.com

Zapraszamy do kontaktu



Weronika Wojturska

Senior Associate PwC

weronika.wojturska@pwc.com



Konrad Biskup

Senior Associate PwC

konrad.biskup@pwc.com



Zuzanna Machniak

Senior Associate PwC

zuzanna.machniak@pwc.com



Anna Bryńska

Senior Associate PwC

anna.brynska@pwc.com



Alicja Wójcik

Senior Associate PwC

alicja.wojcik@pwc.com



Dr Monika Szewczyk

**Główny specjalista – biologia, ochrona
środowiska UNEP/GRID-Warszawa**

monika.szewczyk@gridw.pl

Zastrzeżenie: Treść ma charakter informacyjny i nie powinna zastępować konsultacji z profesjonalnymi doradcami.