

VIHREÄN SIIRTYMÄN KULUTTAJANSUOJADIREKTIIVI

(EMPCO / ECGT)

SERTIFIOINTISEMINAARI 12.11.2026

AGENDA

01	Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi (15 min)
02	Visailu (15 min)
03	Q&A





Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi

MISTÄ ON KYSE?

Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi (Empowering Consumers for Green Transition Directive) = EmpCo / ECGT = “viherpesudirektiivi”

Tarkoitus: suojella kuluttajia viherpesulta ja harhaanjohtavilta vastuullisuusväittämiltä ja –merkinnöiltä (huom! sekä ympäristö että sosiaalinen vastuu)

Kohderyhmä: kaikki yritykset, jotka markkinoivat tuotteita tai palveluita kuluttajille ja käyttävät viestinnässä vastuullisuusväittämiä tai -merkintöjä. Koskee kaikkia EU-alueella myytäviä tuotteita.

Aikataulu: astuu voimaan 27.9.2026 (+6kk siirtymäaika Suomessa)

Keskeiset kiellot:

- × **Kestävyysmerkinnät, jotka eivät perustu sertifiointijärjestelmään**
- × **Yleiset väittämät,** jolle elinkeinonharjoittaja ei pysty osoittamaan väittämän kannalta tunnustettua erinomaista ympäristönsuojelun tasoa
- × **Väittämät,** jotka perustuvat kasvihuonekaasupäästöjen kompensointiin, ja joiden mukaan **tuotteella on kasvihuonekaasupäästöjen osalta neutraali, vähennetty tai myönteinen ympäristövaikutus**
- × **Väittämät, jotka viittaavat koko tuotteeseen tai liiketoimintaan,** vaikka ne koskisivat todellisuudessa vain tiettyä tuotteen osaa tai tiettyä liiketoiminnan osa-aluetta

Valvonta: kuluttaja-asiamies eli KKV (valvoo muutenkin kuluttajansuojalain toteutumista)

53%	ympäristöväittämistä sisältää epämääräistä, harhaanjohtavaa tai perusteetonta tietoa
40%	väittämistä ei sisällä tukevaa näyttöä
1/2	kaikista vastuullisuusmerkinnöistä ei tarjoa todenusta tai ainoastaan heikon tason todennuksen
230	kestävyysmerkintää ja 100 vihreän energian / uusiutuvan energian merkintää EU:ssa, joiden läpinäkyvyys vaihtelee suuresti

VÄITTÄMIEN ON OLTAVA TÄSMÄLLISIÄ JA TODENNETTUJA

Vaatimukset koskevat sekä suullisia että kirjallisia väittämiä, ml. merkintöjen, brändien, yritysten ja tuotteiden nimiä

- **Tunnustetut EU:n / jäsenvaltion ympäristömerkit** ✓
- **Epämääräiset väittämät** ✗
- **Harhaanjohtavat tai kompensointiin perustuvat väittämät** ✗
- **Merkit, jotka perustuvat sertifiointijärjestelmään** ✓
- **Energiamerkintä tai ESPR-sääntelyyn liittyvät väittämät** ✓









Lähde: Labels, scores et allégations environnementales – La directive (UE) 2024/ 825 décryptée par la DGCCRF + ile

MERKKIEN ON TÄYTETTÄVÄ NELJÄ KRITEERIÄ

Jos kestävyysmerkintä ei ole viranomaisen hyväksymä, sen on perustuttava sertifiointijärjestelmään seuraavien vaatimusten mukaisesti:

1) järjestelmän ehdot **ovat läpinäkyviä, oikeudenmukaisia ja syrjimättömiä,** ja järjestelmä **on kaikkien elinkeinonharjoittajien käytettävissä,** jotka kykenevät noudattamaan sitä koskevia vaatimuksia;

2) kestävyysmerkinnän käytölle asetettujen **vaatimusten laatija (*sertifiointijärjestelmän omistaja*) kuulee vaatimuksia laatiessaan asiantuntijoita ja sidosryhmiä;**

3) järjestelmän ehdoissa **määrätään menettelystä sekä kestävyysmerkinnän peruuttamisesta tai sen käytön keskeyttämisestä,** jos elinkeinonharjoittaja ei noudata kestävyysmerkinnän käytölle asetettuja vaatimuksia;

4) kestävyysmerkinnän käytölle asetettujen **vaatimusten noudattamista valvoo sertifiointijärjestelmän omistajaan nähden ulkopuolinen taho,** jonka pätevyys sekä riippumattomuus niin järjestelmän omistajasta kuin merkintää käyttävästä elinkeinonharjoittajasta perustuvat kansallisiin, kansainvälisiin tai Euroopan unionin standardeihin ja menettelyihin;

5) vaatimusten noudattamista **valvova taho toimii puolueettomasti.**

Keskeiset toimijat:



ASIAKKAIDEN HAASTEET EMPCOON LIITTYEN

Useimmilla suurilla organisaatioilla on jo:

✓vastuullisuusstrategiat ja tavoitteet

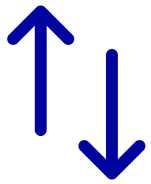
✓elinkaaridataa ja ympäristömittareita

✓toimittajadataa ja raportointikehyksiä

Ne eivät kuitenkaan ole välttämättä **kytkettyjä merkkeihin ja väittämiin,** mikä johtaa helposti seuraavaan:



Yleiset tai liioitellut väittämät (“kestävä”, “ekoystävällinen”)



Epäsuhta datan ja viestinnän välillä (laajuus, oletukset, rajaukset)



Hajautunut omistajuus vastuullisuuden, markkinoinnin ja juridiikan välillä



Ei muodollista validointia ennen väittämien julkaisemista

Direktiivin mukaan myös vahva suoritus voi muuttua **vaatimustenvastaiseksi,** jos oletukset ovat epäselviä, data on puutteellista tai väittämät eivät vastaa taustalla olevaa näyttöä

Bureau Veritas Group | C2.1 - Internal

RISKIALTTIIT MUOTOILUT JA VARMENNUSMENETELMÄT

RISKIALTTIIT VÄITTÄMÄT

› **“Net Zero 2050” ilman suunnitelmaa**: Tulevaisuuden sitoumus ilman dokumentoitua SBTi-polkua, välitavoitteita ja todennettavia indikaattoreita

› **Yleiset ympäristöväittämät:** “vihreä”, “ekologinen”, “ekoystävällinen”, “kestävä”, “luonnollinen”, “ilmastoystävällinen”, “puhdas”.

› **Väittämät koko tuotteesta,** kun vain tietyt osat perustelevat väittämän (“kierrätetty pakkaus”, jos vain ulkopahvi on kierrätetty; “luonnollinen tuote”, jos vain aromi on luonnollinen)

TOIMITETTAVA NÄYTTÖ

› **Validoitu SBTi-polku:** -42 % scope 1-2 vuoteen 2030 mennessä, -25 % scope 3, julkinen vuosittain päivitettävä ilmastosiirtymäsuunnitelma

› Laaditaan **EPD** (ympäristöseloste) tai **LCA** (elinkaariarviointi)

› Täsmennetään **väittämiä**: täsmällinen, selkeä ja läpinäkyvä viestintä

› Varmistetaan, että väittämien taustalla oleva tieto perustuu luotettaviin ja todennettaviin menetelmiin

YHTEENVETO

TARKISTUSLISTA

- **Onko väittämä paikkansapitävä?**
- **Ymmärtääkö asiakas sen?**
- **Tukeeko sitä luotettava data?**
- **Voidaanko se todentaa?**
- **Kestääkö se kuluttaja- ja valvontaviranomaisen tarkastelun?**

DIREKTIIVI

› EmpCo tekee vastuullisuus-viestinnästä keskeisen **oikeudellisen ja maineeseen liittyvän vaatimusten-mukaisuuden kysymyksen**

› Astui voimaan 27.9.2026 (+6kk siirtymäaika Suomessa)

› Tietyt käytännöt kielletään jatkossa

› Väittämä muuttuu riskiksi, jos sitä ei voi todentaa

VÄITTÄMÄT

› Epämääräiset väittämät muuttuvat riskeiksi, ja **yleiset lausumat** eivät enää riitä kuluttajien asianmukaiseen informointiin

› Lupausten on oltava **täsmällisiä, perusteltuja ja todennettavissa**

› Markkinointikampanjoiden on perustuttava todelliseen näyttöön

KESTÄVYYSMERKINNÄT

› **Todentamattomat kestävyysmerkinnät kuuluvat suoraan direktiivin soveltamisalaan**

› Merkki ei voi enää perustua pelkkään **itseilmoitukseen**

› **Riippumaton valvonta** on keskeinen uskottavuuskriteeri



BUREAU
VERITAS

Shaping a World of Trust