

Communiceren over Fairtrade

IN LIJN MET DE NIEUWE EMPCO-REGELGEVING

In deze brochure lees je wat de nieuwe EmpCo-wetgeving betekent voor jouw duurzaamheidscommunicatie en hoe Fairtrade je kan helpen om je claims correct en onderbouwd te formuleren.

FAIRTRADE BELGIUM

EMPCO

Nieuwe regelgeving rond duurzaamheidscommunicatie



Is jouw bedrijf al op de hoogte?

Als Fairtrade licentiehouder, is jouw merk trotse drager van ons keurmerk. Wist je echter dat er in de EU wel zo'n 230 verschillende "duurzaamheidslabels" bestaan en zo'n 100 groene energielabels? Deze verschillende labels zijn helaas niet allemaal even transparant. Uit studies van de Europese Commissie bleek dat meer dan 50% van onderzochte duurzaamheidsclaims vaag, misleidend of ongefundeerd was[1].

Om consumenten beter te beschermen tegen deze vormen van greenwashing, vaardigde de Europese Commissie de EmpCo-richtlijn uit: *Empowering Consumers for the Green Transition*[2]**.** Deze nieuwe regelgeving breidt de lijst van verboden misleidende handelspraktijken uit, bevat strengere regels voor duurzaamheidsclaims en -labels, en legt bijkomende transparantieverplichtingen op.

Heeft dit betrekking op mijn communicatie?

Van de 42 nieuwe regels hebben er 15 betrekking op claims en marketing. Ze zijn van toepassing op alle vrijwillige communicatie richting consumenten binnen de Europese Unie, zowel online als offline. Dit omvat onder meer advertenties, verpakkingen, websites, sociale media, logo's, symbolen, bedrijfsnamen, merknamen en productnamen.

Verplichte rapportering, zoals duurzaamheids- of jaarverslagen, valt in principe buiten het toepassingsgebied. Zodra informatie uit dergelijke rapportering echter wordt hergebruikt in marketing of consumentgerichte communicatie, moet deze ook aan de EmpCo-regels voldoen.

1 Green claims - Environment (European Commission)
2 Richtlijn (EU) 2024/825 van het Europees Parlement en de Raad van 28 februari 2024

27 september 2026

07 maart 2027

De nieuwe regels zijn van toepassing vanaf 27 september 2026. Niet-naleving kan in principe aanleiding geven tot strafrechtelijke of administratieve sancties, waaronder een formele waarschuwing, een minnelijke schikking of een geldboete tot 25.000 EUR. Voor productverpakkingen die echter vóór 27 september 2026 op de markt werden gebracht, geldt een overgangsregeling t.e.m. 7 maart 2027. Voor deze specifieke producten treedt de Economische inspectie dan nog niet op tegen eventuele non-conforme claims.

Wat verandert er?

De nieuwe regelgeving wil vooral komaf maken met generieke duurzaamheidsclaims. Zo mag je als bedrijf geen eigen 'eco-label' of logo meer bedenken zonder onafhankelijke controle, en kan je niet zomaar veralgemenen dat een volledig product of volledige bedrijfsactiviteit 'duurzaam' is zonder te specificeren.

Een product mag bovendien niet langer als klimaatneutraal of minder klimaat belastend worden voorgesteld wanneer dit enkel gebaseerd is op de compensatie van broeikasgasemissies, en ook voor toekomstgerichte duurzaamheidsclaims gelden nieuwe regels waaronder het opstellen van een verplicht uitvoeringsplan.

Tot slot worden irrelevante milieuvoordelen voortaan verboden, waarbij je communiceert dat iets pakweg plasticvrij is terwijl er simpelweg nooit plastic aan te pas kwam.





Met Fairtrade zit je goed

Goed nieuws!

De nieuwe regelgeving laat expliciet enkel duurzaamheidskeurmerken toe die gebaseerd zijn op een certificeringsregeling (of door een publieke autoriteit zijn vastgesteld). Dat betekent dat je bij Fairtrade goed zit. Als certificeringsorganisatie beschikken wij over gevestigde standaarden, externe controlemechanismen en transparante certificeringsprocessen. Daardoor biedt Fairtrade een sterke basis voor geloofwaardige duurzaamheidscommunicatie.

Geen betere manier in het nieuwe regelgevend landschap om je duurzaamheidclaims te onderbouwen dan met ons Fairtrade keurmerk dus.



Waar moet ik op letten?

Hoewel je als Fairtrade licentiehouder heel wat duurzaamheidsclaims kan onderbouwen dankzij ons label, blijft het essentieel dat de claims die je maakt correct zijn. Zelfs met ons keurmerk er netjes naast, kan je niet zomaar alles beweren. Ook Fairtrade-gerelateerde claims moeten concreet, begrijpelijk en feitelijk juist zijn.

01 TIP 1 : Communiceer over de voordelen van Fairtrade zonder te vervallen in superlatieven of veralgemeningen.



- Dankzij Fairtrade krijgen producenten eerlijkere prijzen voor hun producten.
- Fairtrade beschikt over uitgebreide standaarden op vlak van milieu-, economische en sociale duurzaamheid.
- Door voor Fairtrade-producten te kiezen, steun je een handelssysteem dat sterke standaarden zet voor mens en milieu.

02 TIP 2 : Het gebruik van woorden zoals "kan", "helpt", "ondersteunt" of "draagt bij aan" maakt duidelijk dat Fairtrade mogelijkheden creëert, zonder absolute garanties te geven.



- Fairtrade helpt producenten om ontbossing in en rond hun plantages tegen te gaan.
- De Fairtrade Premie draagt bij aan betere onderwijskansen voor kinderen van producenten.
- Fairtrade ondersteunt de emancipatie van vrouwen in Afrika, Latijns-Amerika en Azië.

03 TIP 3 : Wil je het op veilig spelen? Weet dat je altijd kan verwijzen naar ons EmpCo-conform certificeringssysteem.



- Fairtrade werkt met onafhankelijke certificering en verificatie van de standaarden.
- Een onafhankelijke certificeringsinstantie controleert de volledige toeleveringsketen om na te gaan of alle spelers de standaarden naleven.

Zit je nog met vragen?

Het kan best zijn dat deze nieuwe regels aanleiding geven tot het herzien van jouw communicatie. Heb je daarover nog vragen? Onze teams staan voor je klaar.



On-pack communicatie

Indien je als licentiehouder het Fairtrade-logo opneemt op je verpakking, dient daarbij een verplichte bijhorende claim te worden gepubliceerd. Deze is steeds in lijn met de laatste regelgeving en ons licentieteam houdt je steevast op de hoogte in geval van herziening. De meest actuele versie vind je terug op onze website: Mark Use Guidelines.



Sidorela Ukcamaj
Licensing Officer
licensing@fairtradebelgium.be

Off-pack communicatie

Indien je als licentiehouder rond duurzaamheid communiceert in een bericht of campagne, kan je zeker en vast verwijzen naar je Fairtrade engagement. Twijfel je nog aan de statements? Ons team kan je communicatie vooraf mee bekijken en feedback geven met het oog op correcte en onderbouwde duurzaamheidsclaims.



Ludivine Verbeke
B2B Communication Manager
ludivine@fairtradebelgium.be

DISCLAIMER

De onderneming die het product op de markt brengt of als handelaar optreedt, blijft te allen tijde verantwoordelijk voor de naleving van de toepasselijke wet- en regelgeving inzake consumentgerichte communicatie, met inbegrip van duurzaamheidsclaims en andere duurzaamheidsgerelateerde uitingen in marketing en communicatie. Deze richtlijnen zijn uitsluitend bedoeld als algemene leidraad en vervangen geen juridische beoordeling van een specifieke situatie of juridisch advies op maat.