

Hårdare krav på klimatneutrala produkter

Den globala uppvärmningen har påverkat företagens marknadsföring. Ord som "klimatkompensation" och "förnybar energi" har blivit allt vanligare under det senaste decenniet. En ISO-standard förtydligar nu begreppen. Kraven på bevis blir hårdare. SIS, Swedish Standards Institute, har deltagit i det internationella arbetet.

De nya definitionerna innebär tydligare krav för alla företag som vill berätta om sitt miljöarbete. Det handlar till exempel om ordet klimatkompensation.

– Det har varit lite vilda västern när det gäller påståenden om klimatkompensation, säger Lars Jonsson, ordförande i SIS arbetsgrupp och rådgivare när det gäller hållbarhetskommunikation.

De nya reglerna innebär att företag ska kunna bevisa vad de gör. Klimatkompensationen ska ske genom att utsläpp av växthusgaser förebyggs eller minskas någon annanstans än i den egna verksamheten. Det ska ske i etablerade projekt.

– I princip kan det innebära att bara projekt som är godkända av FN kommer i fråga, säger Lars Jonsson.

Det finns en rad andra begrepp som också får tydligare definitioner. Det gäller till exempel ord som hållbar utveckling, biomassa och förnybar energi.

– Frågan om förnybar energi är omtvistad. Nu blir det tydligare att produktionsprocessen måste stämma med kraven för hållbar utveckling, säger Lars Jonsson.

Standarden är precis som alla andra standarder frivillig, men den får stor betydelse. Innehållet påverkar nämligen många instanser.

– Vi samarbetar med den internationella handelskammaren, ICC, och det är en draghjälp för att få en bred acceptans. Rättsliga instanser och tillsynsmyndigheter hänvisar dessutom ofta till standarden i sina bedömningar av miljöpåståenden.

Det finns sedan tidigare en ISO-standard om miljöpåståenden i marknadsföring. Men den standarden togs fram i slutet av 90-talet, innan frågan om den globala uppvärmningen hade nått ut brett till allmänheten. Därför behövs tillägget. Lars Jonsson betonar att tilläggen är viktiga av många skäl.

– Det är också en konkurrensfråga, företag ska arbeta med samma spelregler. På sikt kan det öka konsumenternas tilltro till miljöpåståenden.

– Vi har fått många frågor om de här begreppen. Det är ord som inte fanns med i den tidigare standarden och som behöver en definition, säger Karin Bagge, projektledare SIS.

För ytterligare information:

Lars Jonsson, rådgivare hållbarhetskommunikation, 0706-95 34 05, lars.jonsson@yttra.se

Karin Bagge, projektledare SIS, 08-555 520 86, karin.bagge@sis.se

Erika Messing, pressansvarig SIS, 0709-48 06 74, erika.messing@sis.se

SIS är en del av det europeiska och globala nätverk som utarbetar internationella standarder. Genom att delta i standardiseringsarbetet kan svenska företag och organisationer påverka utformningen av standarder inom sin marknad. Standarder befrämjar handel över gränser och bidrar till att processer och produkter blir säkrare. SIS är en fristående ideell förening med medlemmar från både privat och offentlig sektor. SIS omsatte 2010 MSEK 224 och har 183 anställda. SIS arbetar inom och är medlem i de internationella standardiseringsorganisationerna CEN (europeisk) och ISO (global).