

Информационное письмо

Новые рекомендации ФАС по использованию экологических заявлений в рекламе

11 ноября 2024 г.

Уважаемые дамы и господа!

Информируем Вас о новых рекомендациях ФАС по использованию экологических заявлений и предотвращению гринвошинга в маркетинговых коммуникациях («**Рекомендации**»)¹.

Гринвошинг: основные понятия

Термин «гринвошинг» не закреплен в законодательстве, однако активно используется в документах ФАС и Центрального Банка², а также на практике.



Согласно Рекомендациям **гринвошинг** – это действия по распространению недостоверных (неполных, неточных или искаженных) или некорректных **экологических заявлений**, вводящих потребителя в заблуждение относительно экологических характеристик товаров в целях получения необоснованных преимуществ.

Под **экологическим заявлением** в Рекомендациях понимается как текстовая информация, так и экомаркировка, относящиеся к товару или услуге, которые указывают на **соответствие экологическим стандартам** либо **наличие определенных характеристик продукта, связанных с воздействием на окружающую среду** (например, «восстановленный материал», «пониженное потребление энергии», «способный к разложению», «снижение использования ресурсов» и др.).

Экологические заявления могут размещаться на упаковке продукции, в документации на продукцию и технической информации, в рекламе, в цифровых и (или) электронных средствах массовой информации и сети Интернет. Среди **примеров экологических заявлений** ФАС приводит следующие: «способный к разложению», «продукты с увеличенным сроком хранения», «пригоден для вторичной переработки», «содержание вторсырья», «переработанный материал» и т. д.

Общие требования к экологическим заявлениям

- Информация о продукте должна быть достаточной и непротиворечивой;
- Необходимо учитывать уровень осведомленности и опыта потребителя;
- Пояснения к экологическим заявлениям следует размещать рядом с ними или в виде примечания со «звездочкой», а шрифт пояснений должен быть различимым по размеру и цвету;
- Экологические заявления должны размещаться в соответствии с принципами надежности/достоверности и ясности³.

¹ Информация ФАС России от 22 октября 2024 г. «**Рекомендации по недопущению гринвошинга в маркетинговой коммуникации**» («**Рекомендации**»).

² Информационное письмо Банка России от 04.12.2023 № ИН-018-35/60 «О рекомендациях по учету климатических рисков для финансовых организаций»; Информационное письмо Банка России от 24.05.2023 № ИН-02-28/38 «О рекомендациях по предоставлению (раскрытию) финансовыми организациями информации клиентам о финансовых продуктах устойчивого развития».

³ Надежность/достоверность означает, что данные об экологичности продукции должны быть обоснованы и при необходимости должны быть подтверждены третьей стороной. Ясность означает, что информация об экологичности продукции должна излагаться четко и доступно, с пояснениями к чему относится заявление – к продукту целиком или отдельным его элементам/стадиям производства, и доступностью подтверждающей информации.

Проверка и предупреждение недостоверности экологических заявлений

При размещении экологических заявлений компаниям рекомендовано учитывать следующее:

- Экологическое заявление **не будет содержать оценочных или субъективных элементов** и тем самым **не будет влечь риски**, если заявляемые преимущества объекта с точки зрения его воздействия на окружающую среду и организм человека подтверждаются соответствием **критериям**, которые оцениваются и проверяются третьей стороной (уполномоченным органом или органом экомаркировки);
- При размещении заявления, подтвержденного **сертификацией**, важно проверить наличие соответствующего стандарта, а также аккредитацию сертифицирующего органа;
- Экологическое заявление может быть основано на **самодекларировании**, однако в этом случае следует опираться на точные данные и исследования, чтобы избежать введение потребителей в заблуждение;
- При использовании **сравнительных утверждений** необходимо указать конкретные основания для сравнения;
- **Графические знаки**, используемые для экологических заявлений, должны быть легко отличимы от других знаков, а также установленных НПА знаков маркировки и сертификации и др.

Случаи, которые могут свидетельствовать о нарушении требований к экологическим заявлениям:

- Отсутствие аргументированности и детальности при использовании таких формулировок, как «зеленый», «экологичный», «незагрязняющий», «натуральный» и т. д., без указания на конкретные характеристики товара;
- Невозможность понять заявление без специальных познаний – например, экологическое заявление о «биоразлагаемых пакетах»;
- Создание **видимости** одобрения или сертификации продукции уполномоченным органом, если это не соответствует действительности;
- **Неясность** заявления в части применимости ко всей продукции или только ее компоненту, упаковке или ее элементу, стадии оказания услуги и др.

Для самостоятельной проверки можно воспользоваться **чек-листом** по Критериям экологически ответственных маркетинговых коммуникаций, на которые ссылается ФАС в Рекомендациях.

Ответственность за ненадлежащие экологические заявления

Использование недостоверных экологических заявлений, создающих у потребителя ошибочное впечатление об экологичности продукта, может быть квалифицировано как **акт недобросовестной конкуренции** (ст. 14.2 и 14.8 ФЗ «О защите конкуренции»).

Штраф за нарушение для должностных лиц составляет до 20 000 рублей; для юридических лиц – до 500 000 рублей (ч. 1 ст. 14.33 КоАП РФ).

Мы надеемся, что информация, представленная в настоящем информационном письме, будет для Вас полезной. Если кто-либо из Ваших коллег также хотел бы получать наши информационные письма, пожалуйста, направьте ему **ссылку** на электронную форму подписки. Если Вы хотите узнать больше о нашей Практике **Интеллектуальной собственности**, напишите нам об этом в ответном письме. Мы будем рады направить Вам наши материалы.

Примечание: обращаем Ваше внимание на то, что вся информация была основана на нашем анализе данных из открытых источников, а также на нашем понимании предусмотренных законодательных норм и практики правоприменения. Авторы данного письма, равно как и юридическая фирма АЛРУД, не несут ответственности за последствия, возникшие в результате принятия решений на основе данной информации.

В случае возникновения вопросов, пожалуйста, свяжитесь с Партнером АЛРУД

С уважением,
Юридическая фирма
АЛРУД



Мария Остащенко

Партнер

Коммерческое право,
Интеллектуальная собственность,
Защита данных и
кибербезопасность

E: mostashenko@alrud.com