



Den Haag, 22 april 2025

Aantal bijlagen : 1
Ons kenmerk : ACM/UIT/646830
Contactpersoon : duurzaamheid@acm.nl
Onderwerp : Oproep ACM om duurzaamheidsclaims te controleren

Geachte heer/mevrouw,

Steeds meer consumenten willen duurzaamheid meewegen bij de aankoop van een product. Zij moeten kunnen rekenen op eerlijke duurzaamheidsclaims van bedrijven. Dit zorgt niet alleen voor vertrouwen bij de consument, maar geeft ook bedrijven die duurzaamheidsinspanningen doen de kans om op te vallen. Wij roepen u daarom op ervoor te zorgen dat uw duurzaamheidsclaims eerlijk, specifiek, meetbaar en onderbouwd zijn. U ontvangt deze brief van de Autoriteit Consument en Markt (ACM). Wij houden er toezicht op dat bedrijven zich aan de consumentenwetgeving houden. Op deze manier beschermen we consumenten en bevorderen we eerlijke concurrentie.

Deze brief in het kort:

1. Het gebruik van misleidende duurzaamheidsclaims is niet toegestaan. De ACM legt in deze brief uit wanneer een duurzaamheidsclaim voldoet aan de consumentenwetgeving. Zo kunnen consumenten met vertrouwen een duurzamere keuze maken.
2. De uitleg kunt u ook vinden in de Leidraad Duurzaamheidsclaims. Deze is te vinden via [Leidraad Duurzaamheidsclaims | ACM.nl](#)
3. Wij verzoeken u te controleren of u zich aan de Leidraad Duurzaamheidsclaims houdt en uw duurzaamheidsclaims indien nodig aan te passen.

Duurzaamheidsclaims

De ACM stimuleert eerlijke en duidelijke duurzaamheidsclaims bij bedrijven. Via een duurzaamheidsclaim geven bedrijven informatie over het duurzaamheidsvoordeel van hun dienst of product voor mens, dier of milieu. Dit kan via een tekst op een verpakking, via bepaalde keurmerken, of via een plaatje (zoals een groen blaadje of een wereldbol). Het toezicht op duurzaamheidsclaims is al een aantal jaren een belangrijke thema voor het toezicht van ACM. Vanaf dit jaar hebben we in ons toezicht extra aandacht voor de levensmiddelensector.¹ In de levensmiddelenindustrie wordt bij het aanpakken van producten soms

¹ Naast de ACM is ook de NVWA bevoegd om toezicht te houden op misleidende duurzaamheidsclaims op levensmiddelen. De ACM en de NVWA hebben de afspraak gemaakt dat de ACM vanaf 2025 in eerste instantie zal optreden als toezichthouder. De ACM stemt eventuele handhaving af met de NVWA.

gebruik gemaakt van duurzaamheidsclaims. Dat er duurzaamheidsinitiatieven zijn in deze sector moedigt de ACM aan en hier kan natuurlijk over gecommuniceerd worden. Het gebruik maken van vage, algemene of absolute termen zoals “duurzaam” of “verantwoord geteeld” is echter onwenselijk. Dit soort termen kan consumenten misleiden, omdat het onduidelijk is welk duurzaamheidsvoordeel het product heeft. Bedrijven wekken met dit soort termen al snel de indruk bij de consument dat een product in zijn geheel (grote) duurzaamheidsvoordelen heeft of slechts een beperkt negatief effect heeft op mens, dier en milieu terwijl dit niet zo hoeft te zijn. Voor een consument moet in één oogopslag duidelijk zijn wat het specifieke duurzaamheidsvoordeel van het product is.

Dit verwachten wij van u

In de bijlage vindt u een samenvatting van de Leidraad Duurzaamheidsclaims met voorbeelden die zijn afgestemd op de levensmiddelensector. De uitgebreide Leidraad Duurzaamheidsclaims kunt u gemakkelijk vinden via [Leidraad Duurzaamheidsclaims | ACM.nl](#). De handvatten uit de Leidraad Duurzaamheidsclaims en de voorbeelden kunnen u helpen bij het beoordelen of u voldoet aan de wet. We verzoeken u om de duurzaamheidsclaims die u gebruikt in alle communicatiekanalen, inclusief verpakkingen, te controleren en indien nodig aan te passen.

Voor de duidelijkheid, de ACM beschuldigt bedrijven er niet van de consumentenwetgeving overtreden te hebben. We geven bedrijven in de levensmiddelensector graag de kans om nu zelf te controleren of zij zich aan de wet houden en om, indien nodig, duurzaamheidsclaims aan te passen. De ACM gaat gedurende dit jaar duurzaamheidsclaims in de sector onderzoeken. Bedrijven die met duurzaamheidsclaims niet (gaan) voldoen aan de consumentenwetgeving lopen het risico op handhaving door de ACM. De ACM is bij een vastgestelde overtreding bevoegd om een boete of last onder dwangsom op te leggen. De ACM kan ook kiezen voor andere vormen van interventies. Welke interventie de ACM kiest, is afhankelijk van de overtreding.

Heeft u vragen?

Neem dan contact op met duurzaamheid@acm.nl. Wilt u het kenmerk ACM/UIT/646830 van deze brief vermelden als u contact met ons opneemt?

Hoogachtend,

Autoriteit Consument en Markt,
namens deze,

Fleur Severijns
Teammanager Directie Consumenten

Bijlage: Vuistregels & voorbeelden

Hieronder geeft de ACM een korte uitleg van de vijf vuistregels uit de Leidraad Duurzaamheidsclaims met een aantal voorbeelden van juiste en onjuiste toepassing van duurzaamheidsclaims in de levensmiddelensector. Ze zijn niet bedoeld als volledig overzicht van alle duurzaamheidsclaims, maar dienen als illustraties van duurzaamheidsclaims die mogelijk misleidend zijn. Of een claim daadwerkelijk misleidend is, is afhankelijk van de omstandigheden van het geval.

Vuistregel 1: Gebruik juiste, duidelijke, specifieke en volledige duurzaamheidsclaims

Er wordt regelmatig gebruik gemaakt van vage, algemene en absolute termen. Hierdoor kunnen consumenten niet weten wat het duurzaamheidsvoordeel van een product is, ten opzichte van de andere producten in het schap. Voorbeelden hiervan zijn *ethisch verantwoord*, *duurzaam* of *eerlijk geteeld*. Voor een consument moet in één oogopslag duidelijk zijn wat het specifieke duurzaamheidsvoordeel van het product is. Voorbeelden van duurzaamheidsclaims die wel gebruikt kunnen worden zijn:

- “Deze verpakking is gemaakt van karton en bevat geen plastic”
- “Onze koeien staan 200 dagen per jaar in de wei, dat is 40 dagen meer dan gemiddeld in Nederland”
- “Ons product bevat alleen ingrediënten uit Nederland”

Het duurzaamheidsvoordeel moet voor de consument meteen duidelijk zijn. Bijvoorbeeld één muisklik verwijderd op een website, of via een QR-code op de verpakking die naar de juiste webpagina leidt. Als het duurzaamheidsvoordeel door de claim niet meteen duidelijk is, moet een onderbouwing direct bij de claim worden toegevoegd.

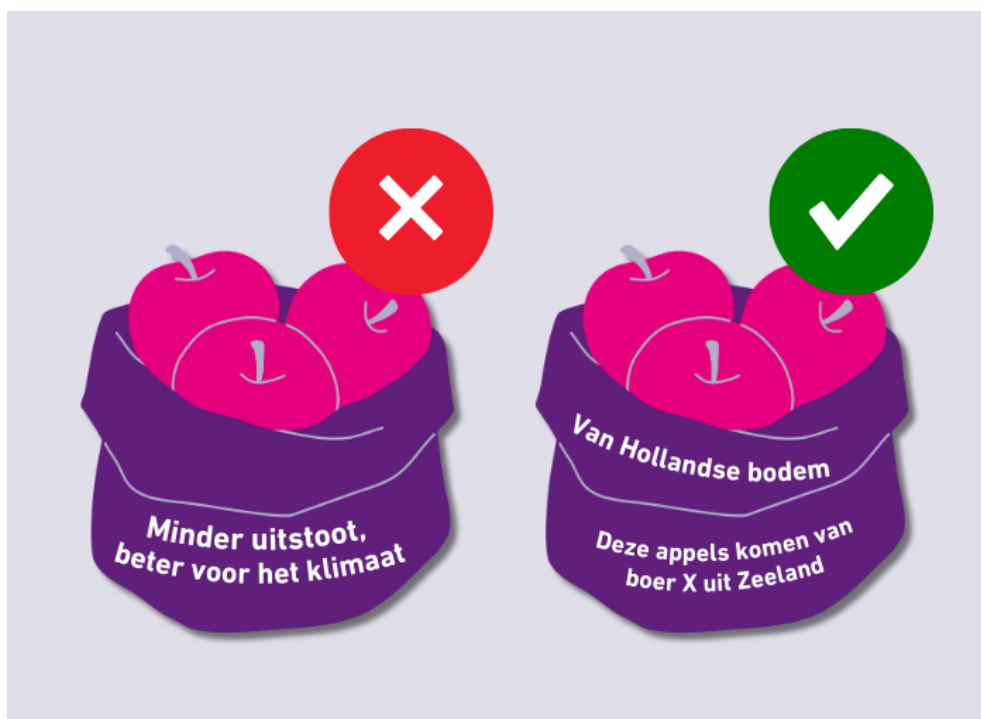


‘Verantwoord geteeld’ is een voorbeeld van een vage claim. Het is namelijk niet duidelijk wat er onder ‘verantwoord’ wordt verstaan. Dit woord kan meerdere betekenissen hebben en het is onduidelijk wat het duurzaamheidsvoordeel is. In het goede voorbeeld is direct duidelijk wat het duurzaamheidsvoordeel is, namelijk dat er geen pesticiden gebruikt zijn bij het telen.

Vuistregel 2: Onderbouw uw duurzaamheidsclaims met feiten en houd ze actueel

Sommige producten en bedrijven hebben een grote impact op het milieu, dierenwelzijn en/of mensenrechten. Wees daarom eerlijk en concreet over de gevolgen die uw product heeft op dier, mens en milieu. Hoe groter de negatieve impact van uw bedrijf (of de ondernemingen binnen uw groepsmaatschappij) is op het milieu, mensen en dieren, des te terughoudender u moet zijn met claims. Dit om te voorkomen dat u consumenten misleidt over de duurzaamheid van uw bedrijf of uw producten.

In de levensmiddelenindustrie wordt bij bepaalde producten gebruik gemaakt van een *mass balance* systeem. Volgens het *mass balance* systeem worden gecertificeerde en niet gecertificeerde grondstoffen vermengd. Hierdoor kunnen producenten geen volledige certificering garanderen van de ingrediënten van hun product. Wanneer u een duurzaamheidsclaim gebruikt op een product dat geproduceerd is volgens het *mass balance* systeem, moet u direct bij de claim duidelijk maken wat dat precies betekent en aangeven dat er geen garantie is dat het product volledig gecertificeerde grondstoffen bevat.



In het foute voorbeeld wordt niet aangegeven wat er wordt bedoeld met 'minder uitstoot, beter voor het klimaat'. Dit is een vage, algemene claim. Het wordt niet (gelijk) duidelijk waarmee wordt vergeleken en in welk opzicht deze appels beter zijn voor het klimaat. In het goede voorbeeld wordt aangegeven dat de appels uit Nederland komen en daaronder staat ook nog uit welke provincie/van welke boer. Dit is feitelijk en actueel, consumenten weten direct wat dit betekent.

Vuistregel 3: Maak eerlijke vergelijkingen met andere producten of concurrenten

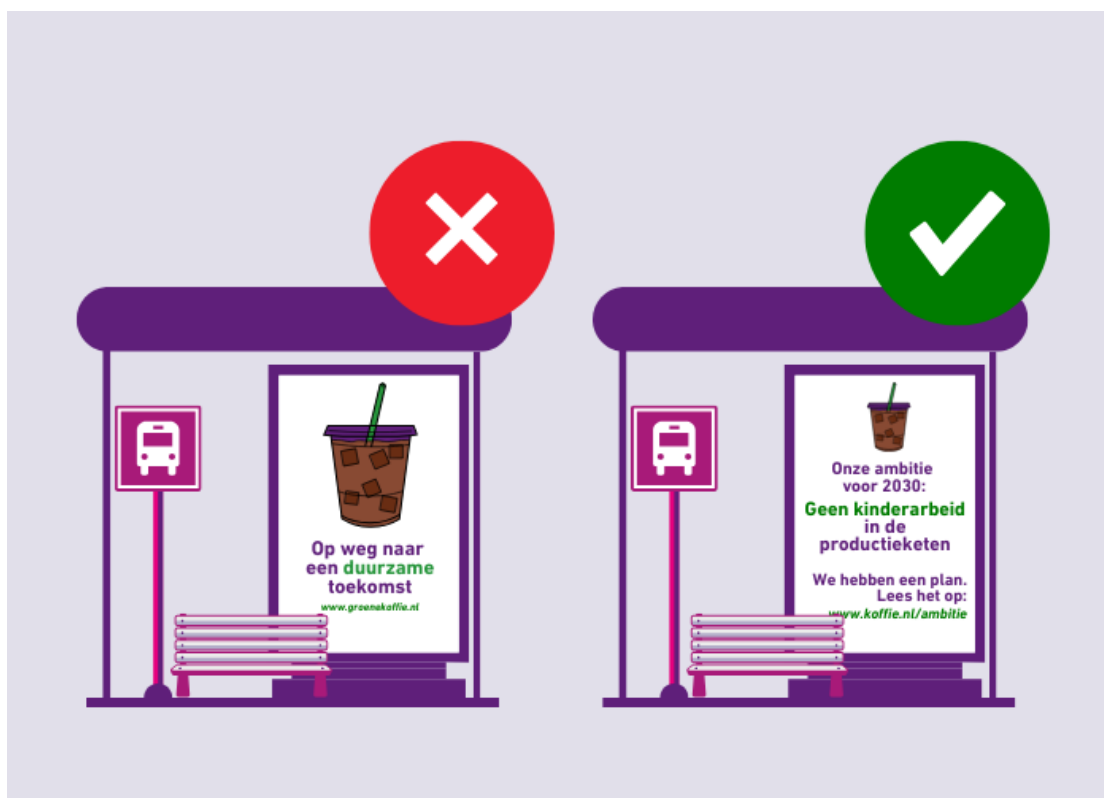
Op een aantal producten zijn vergelijkingen te vinden als “beter”, “groener”, “minder CO2-uitstoot” en “beter voor de natuur of dierenwelzijn”. Als u duurzaamheidskenmerken van uw product, productieproces of uw bedrijf gebruikt voor een vergelijking, dan moet u ervoor zorgen dat uw vergelijkingen niet tot misverstanden kunnen leiden bij consumenten. U moet concreet benoemen waarmee u uw product, productieproces of bedrijf vergelijkt. En u mag producten en productieprocessen alleen vergelijken met andere producten of productieprocessen die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd. De onderbouwing van de vergelijking moet worden gebaseerd op meetbare waarden (zoals percentages of standaardeenheden) en moet voor de consument makkelijk te vinden zijn.



In het foute voorbeeld wordt een vergelijking gemaakt, waarbij het onduidelijk is waarmee deze vergelijking wordt gemaakt. Ook wordt niet gelijk duidelijk wat 'beter' hier betekent. In het goede voorbeeld wordt gebruik gemaakt van feiten, ook wordt het duurzaamheidsvoordeel beschreven (40 dagen meer) en waarmee wordt vergeleken (het gemiddelde in Nederland). In de toelichting bij de claim kan dit gemiddelde worden onderbouwd.

Vuistregel 4: Beschrijf toekomstige duurzaamheidsambities concreet en meetbaar

U moet onderscheid maken tussen informatie over de duurzaamheidsinspanningen van uw bedrijf en informatie over de voordelen van een specifiek product. Een claim over duurzaamheidsambities mag niet ten onrechte de indruk wekken dat een product duurzaamheidsvoordelen heeft, terwijl dit niet per definitie het geval is. U mag een claim over toekomstige doelstellingen alleen gebruiken als er een duidelijke, concrete en meetbare aanpak is om die doelstellingen te bereiken. Deze aanpak moet in gang gezet zijn of op korte termijn in gang worden gezet. U moet kunnen bewijzen dat uw bedrijf de negatieve impact heeft verminderd en u mag de duurzaamheidsinspanningen van uw bedrijf niet overdrijven. Voorkom de suggestie dat de ambities nu al worden waargemaakt.



In het foute voorbeeld wordt gebruik gemaakt van een ambitie in combinatie met een absolute claim ('duurzame toekomst'), die niet concreet of meetbaar is en die hoogstwaarschijnlijk niet waargemaakt kan worden. Onduidelijk is wat er met 'op weg naar' wordt bedoeld en wat het duurzaamheidsvoordeel is. In het goede voorbeeld wordt duidelijk aangegeven dat het bedrijf een ambitie heeft, er worden specifieke doelen uitgelicht en wanneer zij dit willen bereiken. Ook wordt verwezen naar een plan waarin kan worden uitgelegd en onderbouwd welke stappen al zijn genomen en zullen worden genomen om hun doelen te behalen.

Vuistregel 5: Zorg dat visuele claims en keurmerken behulpzaam zijn voor consumenten en niet verwarrend

U mag alleen symbolen, afbeeldingen of keurmerken gebruiken die geen verkeerde indruk over duurzaamheid wekken en die de claim rechtstreeks ondersteunen. Bedrijven gebruiken bovendien ook bedrijfslogo's of beeldmerken die lijken op een keurmerk. Consumenten kunnen daardoor geen onderscheid maken tussen onafhankelijke keurmerken of logo's. Daarom zijn bedrijfslogo's die zien op duurzaamheid bijna altijd misleidend. Dit doet afbreuk aan het imago van keurmerken in het algemeen en leidt tot minder vertrouwen van consumenten in duurzaamheidskeurmerken. Verder mag u alleen logo's of symbolen gebruiken die de duurzaamheidsstandaarden weergeven waarvoor een product officieel gecertificeerd is. Consumenten kunnen alleen een goede keuze maken als de eisen die keurmerken stellen voldoende streng en transparant zijn.



In het foute voorbeeld kan de afbeelding van de wereldbol worden gezien als keurmerk terwijl het gaat om een bedrijfslogo. Hierdoor kan het lijken dat een onafhankelijke organisatie bepaalde duurzaamheidsvoordelen van dit product heeft geverifieerd. De claim die wordt gemaakt is vaag en algemeen en geeft niet weer wat de duurzaamheidsvoordelen van deze chocoladereep zijn. In het goede voorbeeld wordt een erkend keurmerk gebruikt (gecontroleerd door SKAL) en het is direct duidelijk wat het duurzaamheidsvoordeel is.