

Duurzaamheid

Theoretisch achtergronddocument

INHOUDSTAFEL

Inleiding tot het theoretische achtergronddocument.....	4
1. Duurzaamheid - Een inleiding	6
2. Duurzaam huis	12
3. Duurzame financiering.....	20
4. Duurzame mobiliteit	28
5. Duurzame voeding	34
6. Duurzaamheid van het product: Een overkoepelende EU-aanpak om producten minder hulpbronnen te laten verbruiken.....	42
Inleiding 42	
6.1. Ecodesign en energie-etikettering.....	44
6.2. Ecolabels	48
6.3. Voortijdige veroudering.....	52
7. Handhaving - duurzaamheid van producten	58
7.1. Misleidende groene beweringen over producten en mogelijke handhavingskwesties	58
7.2. Consumentenrechten en wat kunnen ze bijdragen aan duurzamere producten	61
7.3. Nieuwe verordening markttoezicht	64



Dit materiaal werd opgesteld in het kader van het project *Consumer PRO*, een initiatief van de Europese Commissie onder het Europese consumentenprogramma. De steun van de Europese Commissie houdt geen goedkeuring van de inhoud in. Het document geeft enkel de standpunten van de auteurs weer. De Commissie kan niet verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie die erin is vervat.



INLEIDING TOT HET THEORETISCHE ACHTERGRONDDOCUMENT



Beste lezer,

Dit theoretische achtergronddocument maakt deel uit van de opleidingsmiddelen die zijn ontwikkeld voor **Consumer Pro**, een EU-initiatief dat tot doel heeft consumentenorganisaties en andere actoren in het consumentenbeleid beter uit te rusten om de consumenten in hun land te beschermen.

Het doel van dit document is om u en uw teams te voorzien van nuttige en relevante informatie over duurzaamheid. Het bestrijkt vijf belangrijke gebieden waar Europese consumenten- en het consumentenbeleid de grootste impact en kans op betrokkenheid bij de klimaatcrisis kan hebben, namelijk **Duurzame voeding, Financiën, Mobiliteit, Huisvesting en Productduurzaamheid & Handhaving**.

Voor elk van deze onderwerpen, leggen we uit:

- Waarom het voor de consument belangrijk is.
- Wat de politieke agenda op EU-niveau is.
- Wat de rol is van de nationale en Europese consumentenorganisaties en -actoren
- Het delen van enkele praktische voorbeelden en casestudy's van instrumenten, campagnes en mededelingen van nationale consumentenorganisaties.

Dit theoretische achtergronddocument maakt deel uit van een reeks opleidingsmiddelen. Er zijn aanvullende theoretische achtergronddocumenten over algemeen consumentenrecht en digitale rechten.

Over consumer-PRO

Consumer PRO is een initiatief van de Europese Commissie in het kader van het Europese consumentenprogramma en wordt uitgevoerd door BEUC - de Europese consumentenorganisatie. Het heeft tot doel de capaciteit van de Europese consumentenorganisaties in de hele EU, IJsland en Noorwegen op het gebied van belangrijke

sectorspecifieke onderwerpen op te bouwen door middel van niet-formeel onderwijs. Voor meer informatie kunt u contact met ons opnemen via info@consumer-pro.eu



1. DUURZAAMHEID - EEN INLEIDING

Waarom duurzaamheid belangrijk is voor de consument

Er is sprake van een groeiende zorg onder de Europese bevolking dat meer klimaatmaatregelen noodzakelijk zijn. Uit een Europese barometer-enquête¹ over de houding van de Europeanen ten opzichte van de klimaatverandering van maart 2020 blijkt dat:

- **94% van de burgers in alle EU-lidstaten zegt dat de bescherming van het milieu voor hen belangrijk is.**
- **91% van de burgers verklaarde dat de klimaatverandering een ernstig probleem is in de EU.**
- **Volgens 83 procent is Europese wetgeving noodzakelijk om het milieu te beschermen.**

Uit het *consumers condition scoreboard* van 2019 blijkt dat meer dan de helft van de consumenten in de EU (56,8%) meldt dat ten minste enkele van hun aankoopbeslissingen door milieuclaims worden beïnvloed².

Dit komt overeen met de bevindingen van veel BEUC-lidorganisaties die merken dat de belangstelling van consumenten voor duurzaamheidsonderwerpen toeneemt. Als gevolg daarvan krijgen nationale consumentenorganisaties steeds meer vragen van consumenten en zijn ze meer geïnteresseerd om mensen te kunnen voorzien van nuttige adviezen en hulpmiddelen zoals productbeoordelingen en apps.

Daarom hebben we de trainingsmodule Consumer PRO en informatiebronnen over duurzaamheid ontwikkeld - om u als consumentenprofessionals te helpen bij het ondersteunen en opvoeden van consumenten op dit onderwerp om hun gedrag te veranderen, maar ook om te pleiten en te lobbyen namens de consumenten.

De politieke agenda - EU-niveau

Het belang van milieuvraagstukken voor de Europese burgers en hun bezorgdheid over de klimaatverandering komt tot uiting in de politieke agenda van de EU. Onder druk van de publieke opinie heeft de EU zich nu tot doel gesteld om tegen 2050 een netto koolstofvrije economie te zijn en zal zij haar emissiereductiedoelstelling van momenteel 40% tegen 2030 verhogen tot 50 of mogelijk 55% tegen 2030.

Om de noodzakelijke structurele veranderingen door te voeren, kondigde de Europese Commissie in haar "European Green Deal" (december 2019) maatregelen aan om voedselsystemen duurzaam te maken, de energie-efficiëntie van vervoer en huisvesting te verbeteren, de Europese energievoorziening te verschuiven naar meer hernieuwbare

¹<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

² https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019-factsheet_en.pdf



energiebronnen en producten langer en beter repareerbaar en recycleerbaar te maken. **De Europese “Green Deal” is een omvangrijke politieke richtsnoer voor de komende vijf jaar en daarna.** Alle andere beleidsmaatregelen van de EU, zoals het industriebeleid, het onderzoeksbeleid, de mobiliteit, de voeding, de financiën, de energie, enz. moeten in overeenstemming zijn met de doelstellingen. Om te slagen zullen er echter diepgaande systeemveranderingen moeten worden doorgevoerd in de manier waarop we leven, produceren, consumeren, verwarmen en ons verplaatsen³. Ook moeten beleidsmakers zich niet alleen richten op 'klimaatverandering', maar ervoor zorgen dat bredere maatschappelijke en milieu-uitdagingen, zoals chemicaliën, biodiversiteit, landgebruik en voedselproductie, worden aangepakt.

Om ervoor te zorgen dat de in de nieuwe Europese Green Deal geschetste visies en doelstellingen worden verwezenlijkt, speelt de consumentenbeweging samen met andere maatschappelijke groeperingen een essentiële rol om de EU en de lidstaten ter verantwoording te roepen en om hen te laten handelen in overeenstemming met de afspraken van Parijs⁴.

Politieke agenda op nationaal niveau

In mei 1997 neemt het Belgisch Parlement de wet betreffende de coördinatie van het federale beleid inzake duurzame ontwikkeling aan, die een onafhankelijke administratie (het Federaal Planbureau) vraagt om in een federaal rapport een tweejaarlijkse evaluatie te maken van de in België voltrokken vooruitgang in het kader van Agenda 21 (internationaal plan zoals aangenomen in juni 1992 tijdens de internationale conferentie in Rio)⁵. In augustus 1999 wordt het eerste Federaal Rapport inzake Duurzame Ontwikkeling en een samenvatting gepubliceerd met als titel “Op weg naar duurzame ontwikkeling”.

Het federaal planbureau monitort nog steeds, maar Uit de analyse blijkt dat de indicatoren *Menselijk kapitaal* en *Economisch kapitaal* zijn gestegen, terwijl de indicator *Sociaal kapitaal* stabiel is gebleven en de indicator *Milieukapitaal* is gedaald. De indicator *Milieukapitaal* duidt erop dat de voorraad natuurlijke hulpbronnen is gedaald tussen 1992 en 2017. Die daling heeft betrekking op alle hulpbronnen: lucht, water, bodem en

³ Zie bijvoorbeeld: Europees Milieuagentschap (2019): Duurzaamheidsovergangen - Beleid en praktijk, <https://www.eea.europa.eu/publications/sustainability-transitions-policy-and-practice>

⁴ Op 12 december 2015 hebben de partijen bij het Raamverdrag van de Verenigde Naties inzake klimaatverandering een belangrijke overeenkomst bereikt om de klimaatverandering te bestrijden en de acties en investeringen die nodig zijn voor een duurzame koolstofarme toekomst te versnellen en te intensiveren. Het centrale doel van het Akkoord van Parijs is het versterken van de wereldwijde reactie op de dreiging van klimaatverandering door de wereldwijde temperatuurstijging deze eeuw ver onder 2 graden Celsius te houden en de inspanningen voort te zetten om de temperatuurstijging nog verder te beperken tot 1,5 graden Celsius. <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/what-is-the-paris-agreement>.

⁵ <https://www.plan.be/press/communique-421-nl-een+federaal+rapport+over+de+evolutie+van+belgie+vanuit+een+perspectief+van+duurzame+ontwikkeling>

biodiversiteit. Alleen de waterkwaliteit is enigszins verbeterd sinds 2008, zonder dat ze evenwel haar basisniveau bereikt⁶.

Door de federale staatsstructuur van België en de verschillende bevoegdheidsdomeinen die betrokken zijn bij het klimaatbeleid, is dit beleid verdeeld tussen de gewesten en de federale staat. De federale structuur houdt ook in dat de nationale doelstellingen voor het verminderen van de uitstoot het onderwerp uitmaken van een lastenverdeling tussen de federale staat en de gewesten. Deze afspraken kan je terugvinden op de website klimaat.be. Ook het nationaal energie en klimaatplan bevindt zich op deze site. Het klimaatplan bevat een aantal maatregelen die voor de consumenten interessant kunnen zijn, zoals de fiscale hervorming voor bedrijfswagens (mobiliteitsbudget, cash for cars, ...), fiscale promotie van zachte mobiliteitsvormen en van autodelen, carpooling en telewerken,... Ook in de nieuwe regeerverklaring wordt aangegeven te willen sturen naar een groene taksshift rond het “vervuiler betaalt”-principe.

Dichter bij de burger, is er uiteraard ook het werk van onder meer

- de repaircafés op te merken: Op Uitinvlaanderen.be vind je een mooi overzicht van de Vlaamse Repair Cafés. Voor Wallonië en Brussel kan je terecht bij repairtogether.be.
- ook initiatieven waarbij onder meer kleding en speelgoed geruild worden, kunnen bijdragen tot een duurzame consumptie. We kunnen hier onder meer verwijzen naar de ruilbeurzen van de gezinsbond en la ligue de familles, en naar de babytheken.

Betrokkenheid van consumentenorganisaties

Consumentenorganisaties zijn in het verleden slechts gedeeltelijk betrokken geweest bij het milieubeleid, en met name bij het beleid inzake consumenteninformatie, zoals ecolabels en energie- of auto-labelling, productontwerpbeleid en de bescherming van consumentenrechten.

De laatste jaren is de consumentenbeweging echter ontvankelijker geworden voor de noodzaak om de planeet te beschermen en het besef groeit dat er rekening moet worden gehouden met de belangen van de toekomstige generaties.

De toegenomen bewustwording van het publiek en de beleidsmakers met betrekking tot de klimaatnoodtoestand benadrukt de noodzaak van samenwerking tussen consumentenbelangenbehartigers en beleidsmakers. Het is van essentieel belang dat de consumenten echt betrokken zijn bij de uitrol van het beleid om dit tot een succes te maken. Of het nu gaat om de manier waarop we eten, bewegen, reizen, wonen of producten en diensten gebruiken, er is behoefte aan een kritische massa van veranderingen in de houding en het gedrag van de consument. Het is van cruciaal belang dat het beleid dat in de komende

⁶ https://www.plan.be/publications/publication-1974-nl-de_houdbaarheid_van_het_welzijn_meten_opbouw_van_vier_composiete_indicatoren_om_het_welzijn_van_de_toekomstige_generaties

maanden en jaren zal worden uitgerold, de consument in het middelpunt van alle relevante actiepunten plaatst.

De Europese consument heeft een enorme koopkracht en het maakt een verschil voor de planeet als de consument kiest voor duurzame of niet-duurzame producten en diensten. De meeste aankoopbeslissingen van consumenten worden genomen voordat ze naar de winkel gaan en de uitdaging is dus om de consument van tevoren te bereiken. Consumentenorganisaties spelen een belangrijke rol in dit proces en treden op als betrouwbare tussenpersonen, die dagelijks miljoenen mensen informeren via tijdschriften, hulplijnen, webartikelen en video's. Er moeten echter ook meer duurzame producten en diensten beschikbaar komen, waarover wij de consument kunnen adviseren.



In de komende jaren zal de rol van consumentenorganisaties en consumentenprofessionals bijvoorbeeld moeten worden voortgezet:

- Het geven van onafhankelijk advies over duurzame producten en diensten aan consumenten.
- Het testen van producten en diensten op hun impact op het milieu.
- Het organiseren van groepsaankopen om de prijzen van duurzame producten, zoals bijvoorbeeld zonnepanelen, te verlagen⁷.
- Het betrekken van consumenten bij transitiedebatten door: het beheren van webcommunity's waar collega's met elkaar kunnen praten over hun ervaringen, zoals hernieuwbare energie⁸, het organiseren van festivals om mensen te informeren over hoe we in de toekomst zullen/kunnen leven⁹, en in collectieve acties zoals het verzamelen van foto's van consumenten van ongewenst en onnodig verpakkingsafval en het opsturen ervan naar beleidsmakers en economische partijen.
- Samenwerking met maatschappelijk werkers om consumenten te helpen die moeite hebben om hun energierekeningen te betalen⁵ en om consumenten voor te lichten over efficiënt energiegebruik in hun huis.
- Samenwerking met scholen en het opleiden van leerkrachten¹⁰.
- Het organiseren van demonstratiewerkshops om mensen uit te leggen hoe ze nieuwe producten en diensten kunnen gebruiken, bijvoorbeeld een elektrisch voertuig¹¹.

⁷ Zie hoofdstuk 3 over huisvesting

⁸ Zie hoofdstuk 3 over huisvesting

⁹ <https://www.altroconsumo.it/festival-2019#>

¹⁰ MundoOn project Portugal om leerkrachten op te leiden: <https://decojovem.pt/iniciativa/mundon/>

¹¹ Burgeradvies Elektrisch Voertuig Werkplaats 2019 <https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0AohI8&feature=youtu.be>

- Het uitvoeren van onderzoek naar de behoeften en voorkeuren van de consument, zoals de sterke wens van de consument om afval te verminderen of om duurzamere producten te hebben¹²¹³.
- Ontwikkeling van programma's voor capaciteitsopbouw om consumentenorganisaties en andere actoren in het consumentenbeleid sterker te maken en beter in staat te stellen de consumenten in hun land te beschermen, onder meer op het gebied van duurzaamheid.
- Het programmeren van apps om consumenten te helpen schadelijke chemicaliën in producten te vermijden en gezonder voedsel te kiezen¹⁴.
- Bevordering van geloofwaardige ecolabels voor de consument, zoals het EU Ecolabel.

Duurzaamheid in het licht van COVID 19

Op het moment van schrijven zijn de gevolgen van de COVID 19-pandemie op korte, middellange en lange termijn nog onbekend, maar het is duidelijk dat de crisis ons hele leven en de sociale samenhang op zowel korte, middellange als lange termijn drastisch zal beïnvloeden. Naast het aanpakken van de onmiddellijke gezondheidsreactie bespreken beleidsmakers op nationaal, Europees en internationaal niveau beleidsmaatregelen die de negatieve economische en sociale gevolgen kunnen verzachten. Dit betreft onmiddellijke noodhulp, maar omvat ook beslissingen over investeringen op langere termijn om de economie na afloop van de onmiddellijke gezondheidscrisis nieuw leven in te blazen.



De **Europese Green Deal**-hervormingen moeten op koers blijven, want ons doel kan niet zijn om terug te gaan naar het 'oude normale' dat de klimaatcrisis aanjaagt. Al het overheidsgegeld voor het redden van bedrijven moet afhankelijk worden gesteld van een verandering in de richting van meer duurzaamheid. Het zal primordiaal zijn om de fouten uit het verleden niet te herhalen zoals bijvoorbeeld de financiële en economische crisis in 2009 waar velen het erover eens waren dat we niet uit de crisis kunnen komen zoals we die zijn ingegaan maar dat er daarna in de praktijk weinig veranderd is. Consumentenorganisaties willen een actieve rol spelen in het transitieproces.

Terwijl de Europese Commissie momenteel de maatschappelijke organisaties geruiststelt dat ze op schema blijven met de Europese Green Deal-hervormingen, zal de COVID-19-crisis

¹² Zie hoofdstuk 7.3 over het PROMPT-project.

¹³ Het Duitse Verbraucherzentrale Bundesverband kwam via een [opiniepeiling](#) tot de conclusie dat 96% van de consumenten het belangrijk vindt dat er minder verpakkingsafval ontstaat en [89% vindt dat](#) de EU producenten van grote huishoudelijke apparaten moet verplichten om producten beter te repareren.

¹⁴ BEUC-leden, Forbrugerrådet TÆNK (Denemarken), Sveriges Konsumenter (Zweden) en VKI (Oostenrijk) maken deel uit van het door LIFE gefinancierde project Ask Reach: <https://www.askreach.eu/partners-and-supporters/>. Forbrugerrådet TÆNK heeft ook de app 'Kemiluppen' en UFC Que Choisir de App 'QuelCosmetic' geprogrammeerd om consumenten te helpen bij het kiezen van cosmetica die geen bepaalde schadelijke chemicaliën bevatten.

onvermijdelijk ernstige gevolgen hebben en beslissend zijn voor de vraag of we de klimaatcrisis op tijd kunnen oplossen.

Er zijn zowel risico's als kansen vanuit het oogpunt van de consument. Het is belangrijk dat u nadenkt over de nationale context en rekening houdt met deze factoren bij het formuleren van relevante responsstrategieën voor nationale consumentenprofessionals.

Onder de risico's zien we het volgende:

- Er zal minder overheidsgeld beschikbaar zijn voor investeringen in structurele veranderingen. Dit kan bijvoorbeeld gevolgen hebben voor budgetten die worden besteed aan onderzoek en innovatie, het uitrollen van modelprojecten met nieuwe infrastructuur (zoals oplaadstations voor elektrische voertuigen), openbare gebouwen die ecologisch verantwoord zijn (bijvoorbeeld passieve kantoorgebouwen met innovatieve concepten voor licht, ventilatie, regenwateropvang, het gebruik van hernieuwbare energieën, enz.)¹⁵
- Verzet van nationale beleidsmakers tegen het Europese Green Deal project.
- Minder aandacht van de consument omdat deze zich bezighoudt met andere problemen, waardoor bewustwording een uitdaging wordt.
- Minder mogelijkheden voor consumenten die hun baan zijn kwijtgeraakt om duurzamer te leven als dit duurder is.
- Meer prikkels voor bedrijven om consumenten te verloochenen zoals het vragen van een hogere prijs voor 'duurzame' producten, zelfs voor producten die hun beloften niet nakomen.

Onder de mogelijkheden zien we de volgende factoren:

- Meer bewustzijn bij de consument dat verandering noodzakelijk, mogelijk en haalbaar is.
- Nieuwe vaardigheden, kennis en interesse bij sommige consumenten die ze hebben ontwikkeld tijdens de lockdowns, zoals koken en naaien, spelen met de kinderen, ondersteunen van lokale kleine bedrijven, meer doen via videoconferenties voor professionele doeleinden.
- Een nieuwe en versterkte waardering voor een intacte omgeving zoals minder lawaai, schone lucht, zingende vogels in steden etc.
- Nieuwe middelen om levensstijlen te veranderen, zoals het ruilen van kleding, speelgoed en boeken, het langer gebruiken en repareren van producten, vaker thuis koken in plaats van naar een restaurant te gaan, meer kwaliteitstijd met het gezin lokaal doorbrengen vanwege de economische druk.
- Meer solidariteit en het gevoel dat we een grote crisis kunnen overwinnen als we allemaal samenwerken en meer in het algemeen belang handelen. Dit kan mensen het gevoel geven dat ze niet hulpeloos zijn en dat hun acties er toe doen.

¹⁵ Uit de onderhandelingen over de volgende meerjarenbegroting van de EU blijkt namelijk dat er wellicht minder geld beschikbaar is voor het gezondheidsprogramma, onderzoek en ontwikkeling en milieubescherming dan aanvankelijk werd voorgesteld voor de periode 2021-2027. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/eu-s-long-term-budget/20200722IPR83804/eu-long-term-budget-deal-must-be-improved-for-parliament-to-accept-it>.

2. DUURZAAM HUIS

Waarom duurzame huisvesting belangrijk is voor de consument

Consumenten zien hun energierekening stijgen en velen hebben moeite om hun rekening onder controle te houden, omdat ze in inefficiënte huizen wonen of geen toegang hebben tot duurzamere oplossingen.



Gebouwen nemen tegenwoordig het grootste deel van het energieverbruik in de EU voor hun rekening. Met name de residentiële sector vertegenwoordigt 45% van het totale energieverbruik voor verwarming en koeling in de EU. De **Europese huisvesting moet duurzaam worden om de klimaatambities van de EU te kunnen verwezenlijken.** Aangezien het grootste deel van het woningbestand van 2050 nu al bestaat, moet de nadruk worden gelegd op het koolstofvrij maken van gebouwen door middel van hogere renovatiecijfers, de overschakeling op hernieuwbare verwarming en koeling, het gebruik van de meest efficiënte producten en apparaten, slimme systemen voor het beheer

van gebouwen en apparaten, en betere materialen voor de isolatie.

Hoewel energiezuinige woningen goed zijn voor de portemonnee van de consument, goed voor het klimaat en goed voor de volksgezondheid (minder luchtvervuiling), hebben consumenten vaak moeite om de voordelen te zien van investeringen in renovaties en ontbreekt het aan middelen om dat te doen. Financieringssteun is ofwel weinig bekend, ofwel gewoonweg niet beschikbaar. Volgens de BEUC-leden, nationale consumentenorganisaties, zijn de belangrijkste problemen die consumentenacties op het gebied van woningrenovatie in de weg staan:

- gebrek aan bewustzijn over de voordelen van renovatie.
- gebrek aan beschikbare/geschikte financiering voor renovaties.
- gebrek aan rechtszekerheid.
- tekort aan betrouwbaar en onpartijdig advies.

Het betrekken van consumenten bij de energietransitie is de sleutel tot publieke acceptatie in een periode van verandering. Hoewel consumenten geïnteresseerd zijn in een actieve bijdrage aan de energietransitie, betekent hun dagelijkse realiteit dat ze er ook van overtuigd moeten worden dat ze geld kunnen besparen, hun comfortniveau kunnen verbeteren en dat de continuïteit van de energievoorziening in de energietransitie wordt veilig gesteld.

Consumenten hebben informatie nodig over de impact van hun keuzes en de bijbehorende CO₂-voetafdruk. Zij moeten gemakkelijk de beste oplossingen voor hen kunnen vinden, bijvoorbeeld bij het maken van keuzes over hun eigen energieverbruik of de totale kosten van bezit bij investeringen in verwarmings- of koelapparatuur. En ze hebben informatie nodig over en gemakkelijke toegang tot de beschikbare steunregelingen. Tegelijkertijd hebben ze behoefte aan adequaat advies door deskundige vakmensen die hun huizen renoveren en aan hulp bij het organiseren van verhuizingen tijdens de renovatie. Hoewel informatie belangrijk

is, moet deze worden gezien als onderdeel van de oplossing, samen met een goed ontworpen en stabiel beleid dat zekerheid biedt voor hun investeringen en vertrouwen.

Politieke agenda - EU-niveau

Om de energie-efficiëntie van haar gebouwenbestand te verbeteren, heeft de EU een wetgevingskader vastgesteld dat de Richtlijn Energieprestaties van gebouwen 2010/31/EU (EPBD) en de Richtlijn Energie-efficiëntie 2012/27/EU omvat. Beide richtlijnen zijn in 2018 en 2019 gewijzigd als onderdeel van het pakket "Schone energie voor alle Europeanen".

Ten eerste geeft [de gewijzigde richtlijn betreffende de energieprestatie van gebouwen\(2018/844/EU\)](#) een sterk politiek signaal af over het engagement van de EU om de gebouwensector te moderniseren in het licht van de technologische verbeteringen en om meer gebouwen te renoveren. De REPG geeft de lidstaten de opdracht om nationale langetermijnstrategieën voor renovatie te ontwikkelen om het gebouwenbestand van de EU tegen 2050 zeer efficiënt te maken, wat neerkomt op een vermindering van de uitstoot met 80-95 % ten opzichte van 1990. Deze overkoepelende beleidsdoelstelling zal worden bereikt door middel van een reeks bepalingen, variërend van een "indicator" voor slimme gebouwen tot energieprestatiecertificaten (EPC's). Het eerste is een instrument waarmee het vermogen van gebouwen om nieuwe technologieën in te voeren en te interacteren met het elektriciteitsnet wordt gemeten teneinde een hoger efficiëntieniveau te bereiken. Het tweede bestaat uit een certificeringsregeling om de vergelijkbaarheid van de energieprestaties van gebouwen voor en na renovatie te verbeteren. De richtlijn voorziet ook in de invoering van oplaadpunten voor elektrische voertuigen (EV) voor nieuwe woongebouwen en verplicht de lidstaten om bij het ontwerpen van nationale renovatiestrategieën rekening te houden met maatregelen ter verlichting van de energiearmoede. De uiterste datum voor de omzetting van de REPG in nationaal recht was maart 2020.

Ten tweede is [de gewijzigde richtlijn inzake energie-efficiëntie\(2018/2002\)](#) overeengekomen om het beleidskader te actualiseren tot 2030 en daarna. Het belangrijkste element van de gewijzigde richtlijn is een centrale energie-efficiëntiedoelstelling voor 2030 van ten minste 32,5%. De doelstelling, die in de hele EU collectief moet worden bereikt, is vastgesteld ten opzichte van de modelprojecties van 2007 voor 2030. Een van de belangrijkste doelstellingen van de herziene richtlijn inzake energie-efficiëntie is het verminderen van het energieverbruik en daarmee het verlagen van de energierekening voor de consument. Zij heeft ook tot doel Europa minder afhankelijk te maken van de invoer van energie, de producenten te stimuleren om te innoveren en meer investeringen in de bouwsector aan te trekken.

Ten derde kan [de Governanceverordening \(Verordening 2018/1999\)](#) worden gedefinieerd als de hoeksteen van het pakket "Schone energie voor alle Europeanen", waarmee de richting wordt aangegeven voor het bereiken van de langetermijn doelstellingen van de Energie-Unie in overeenstemming met het Parijse Klimaat Akkoord. Door de lidstaten te verplichten langetermijnstrategieën en geïntegreerde nationale energie- en klimaatplannen te ontwikkelen, worden in de verordening duidelijke regels vastgesteld over onder meer de wijze waarop de energie-efficiëntiedoelstelling van de EU voor 2030 kan worden bereikt.



De huidige Europese Commissie heeft de European Green Deal als een van de belangrijkste prioriteiten gesteld en heeft als onderdeel van haar **European Green Deal** een renovatiegolf van openbare en particuliere gebouwen geïntroduceerd. Zij wil verdere actie ondernemen en de nodige voorwaarden scheppen om de renovaties op te schalen en het aanzienlijke besparingspotentieel van de bouwsector te benutten. Volgens de [mededeling van de Europese Commissie over de "Green Deal" van december 2019](#):

"de Commissie zal de wetgeving met betrekking tot de energieprestaties van gebouwen strikt handhaven. Dit zal beginnen met een beoordeling in 2020 van de nationale langetermijn renovatiestrategieën van de lidstaten. De Commissie zal ook een begin maken met werkzaamheden met betrekking tot de mogelijkheid om de emissies van gebouwen op te nemen in de Europese emissiehandel, als onderdeel van bredere inspanningen om ervoor te zorgen dat de relatieve prijzen van de verschillende energiebronnen de juiste signalen voor energie-efficiëntie afgeven. Bovendien zal de Commissie de verordening inzake bouwproducten herzien. Zij moet ervoor zorgen dat het ontwerp van nieuwe en gerenoveerde gebouwen in alle fasen in overeenstemming is met de behoeften van de circulaire economie en leidt tot een grotere digitalisering en klimaatbestendigheid van het gebouwenbestand".

Tegelijkertijd stelt de Commissie voor om samen te werken met de belanghebbenden welke samenwerking naar verwachting een open platform zal omvatten dat de relevante belanghebbenden samenbrengt. Ten slotte zal grote financiële steun beschikbaar worden gesteld voor de renovatie van gebouwen. Wat ook een unieke gelegenheid kan zijn voor de lidorganisaties van de BEUC en andere consumentenprofessionals om nationale adviesprogramma's op te zetten en de consumenten te helpen toegang te krijgen tot deze financiering voor de renovatie van gebouwen. Volgens het werkprogramma van de Commissie wordt dit initiatief in het derde kwartaal van 2020 verwacht.

Politieke agenda op nationaal niveau

Het [Belgische energie- en klimaatplan](#) verwijst wat betreft de huisvesting, naar volgende langetermijndoelstelling zoals vastgesteld door het koninklijk besluit van 18 juli 2013: een vermindering van de Belgische huishoudelijke uitstoot van broeikasgassen met ten minste 80% in 2050 in vergelijking met 1990.

Het plan bevat- wat betreft het onderdeel huisvesting- ook een aantal interessante cijfers uit een volksbevraging: 60% is bereid in te zetten op groene verwarming (warmtepomp of –net, zonneboiler,...), 90% wenst een BTW-verlaging voor een energetische renovatie van de woning, en 54% zou bij de keuze van een huurwoning rekening houden met het energieprestatielabel. In het nationaal plan worden dan ook bepaalde maatregelen bepleit, onder meer inzake de BTW-verlaging staat er *"BTW: In het kader van het voorstel tot hervorming van de BTW-tarieven, zal België een wijziging van de BTW op klimaatvriendelijke investeringen (fietspaden, warmtepomp, isolatie, totaalrenovatie, herstelling van producten enzovoort) bepleiten bij de Europese Commissie."*

Toch is er ook nu al, heel wat mogelijk federale en regionale acties en maatregelen dragen bij tot een betere energieprestatie van de woningen:



- in het nieuwe federale regeerakkoord staat dat het BTW-tarief van 6% voor sloop en heropbouw uitgebreid wordt naar heel België (momenteel is dat verlaagd tarief enkel van toepassing in 32 centrumsteden). Voor [verbouwingen](#) is er onder bepaalde voorwaarden al een verminderd BTW-tarief bij woningen van minstens 10 jaar oud.
- In Wallonië moet men eerst een “[audit de logement](#)” laten doen (dit gaat verder dan enkel het EPC-certificaat). Deze audit is vrijwillig. Als men echter beroep wil doen op bepaalde [renovatiepremies](#) (tot 70% van de factuurprijs), moet men wel deze audit laten uitvoeren.;
- Volgens het renovatiepact van de Vlaamse regering moeten alle bestaande woningen in Vlaanderen tegen 2050 energie-efficiënt zijn. De Vlaamse regering kondigt een EPC labelpremie aan wanneer je een huis koopt of erft dat nog niet aan de energienormen voldoet (je moet dan wel kunnen aantonen dat je door grondige renovaties binnen de 5 jaar, een nieuw EPC hebt. Deze maatregelen vullende de bestaande maatregelen aan, zoals de [reductie op het tarief voor schenkingen](#) van gebouwen onderworpen aan energetische renovatie en [verlaagde registratierechten](#) bij een woning die u aankoopt om binnen de 5 jaar grondig energetisch te renoveren.

De FOD Leefmilieu, heeft bovendien de website www.energivores.be ontwikkeld ; een interessante tool voor informatie aan de consument. Deze tool maakt het de consument mogelijk om de energieprestaties van bepaalde apparaten te berekenen, hem te begeleiden in de keuze voor nieuwe apparaten in functie van zijn gebruik, en geeft hem eveneens tips mee om hun energie-impact te verminderen.

Betrokkenheid van consumentenorganisaties bij "duurzame huisvesting

Enkele belangrijke werkerterreinen voor consumentenorganisaties zijn de volgende:

- **Het adviseren van consumenten over hoe ze hun energieverbruik kunnen verminderen:** Toegang tot duidelijke en transparante informatie is niet altijd beschikbaar voor consumenten. Zij moeten gemakkelijk de beste oplossingen kunnen vinden bij de keuze van hun energieleveranciers en -bronnen of bij investeringen in schone technologieën (zoals warmtepompen). Sommige consumentenorganisaties hebben algemene adviezen en productvergelijkingen op het gebied van energie-efficiëntie verstrekt (bv. over verwarmingstoestellen).
- **De consument bijstaan bij de renovatie van zijn woning:** bijvoorbeeld over de manier waarop de verschillen in energie-efficiëntie kunnen worden verkleind, maar ook over onafhankelijke deskundigen of energieprestatiecertificaten. Als mogelijke volgende stap zouden consumentenorganisaties zich verder kunnen richten op het verstrekken van advies op maat voor energierenovatie aan de consument en op het doorlopen van



de noodzakelijke stappen (het hele traject van de klant), het organiseren van collectieve acties voor de renovatie van gebouwen en het aanbieden van nieuwe diensten aan de consument.

- **Beïnvloeding van de wetgeving om ervoor te zorgen dat de consumenten gemakkelijk toegang hebben tot alle noodzakelijke instrumenten:** de consumenten moeten worden ondersteund door financiële stimulansen en een goed ontworpen, stabiel beleid dat investeringszekerheid biedt. Renovatieprogramma's, groene leningen of stimulansen voor verhuurders zijn allemaal belangrijke gebieden waarmee consumenten beter kunnen worden ondersteund in de energietransitie. Bijzondere aandacht moet worden besteed aan consumenten in kwetsbare situaties en aan huurders en gebouwen met meerdere verdiepingen.
- **Nauwgezette monitoring van de markt en het bepleiten van sterke consumentenrechten en betere deals:** Er moet meer worden gedaan om de energie-efficiëntie te verhogen en over te schakelen op hernieuwbare bronnen in de verwarmings- en koelsector. Het waarborgen van een gezonde concurrentie tussen bedrijven en het waarborgen van consumentenrechten en -bescherming maken deel uit van dit werk.
- **Het testen en beïnvloeden van technische normen** die relevant zijn voor producten en de renovatie van gebouwen (bijvoorbeeld het testen van materialen: ramen, isolatie).

Nationale voorbeelden of instrumenten voor consumenteneducatie en -betrokkenheid

- **Groepsaankopen van installaties voor hernieuwbare energie**

Het CLEAR-project heeft veel landen ondersteund met groepsaankoopcampagnes.

Zonnepanelen - In België en Tsjechië was dit voor zonnepanelen. In België, waar de gemiddelde Belg verantwoordelijk is voor de uitstoot van 8 ton CO₂ per jaar, is Test-Aankoop erin geslaagd om jaarlijks 60.000 ton CO₂-uitstoot te helpen verminderen door de groepsaankoop van zonnepanelen¹⁶.



¹⁶ Test-Aankoop magazine editie 623 oktober 2017.



In Tsjechië registreerde de 'I Want Solar Energy'¹⁷ campagne 14.556 mensen die geïnteresseerd zijn in een groepsaankoop van fotovoltaïsche energie.

Warmtepompen en **pelletkachels** maakten ook deel uit van de groepsaankoop programma's in België, Tsjechië, Slovenië, Portugal, Spanje en Italië¹⁸.

Litouwen - SOL-project "Zonne-energie voor meergezinswoningen" - Sinds 2017 pleit [ALCO](#) (de alliantie van Litouwse consumentenorganisaties) voor meer fotovoltaïsche zonne-energie technologieën in de sector van de meergezinswoningen, waar een grote kloof werd vastgesteld ten opzichte van de bewoners van huizen. Door internationale partnerschappen aan te gaan en [onderzoek te doen](#) naar de beste internationale praktijken en mogelijke oplossingen, heeft ALCO een sterke pleitbezorgerspositie op het nationale beleidsvormingsveld ontwikkeld. Het werd door de Minister van Energie erkend als een belangrijke stakeholder en werd uitgenodigd om een van de vijf eerste ondertekenaars te zijn van de Prosumers Alliance onder de auspiciën van het Ministerie. De prosumerregeling die in oktober 2019 werd ingevoerd, wordt momenteel beschouwd als een van de meest 'prosumer vriendelijke' regelingen in de EU, die reële mogelijkheden biedt voor gezinnen die in een appartement wonen, om prosumert te worden en de vele obstakels te overwinnen die enkele jaren geleden nog als onoverkomelijk werden beschouwd.

Citizens Advice Bureau, UK - [Assisting consumers to make their homes more energy efficient.](#)

UK- Beoordeling en goedkeuring van handelaren: De consumentenorganisatie Which? heeft de [Which? Trusted Trader-logo ontwikkeld](#) om consumenten te helpen de juiste handelaar te kiezen en goede handelaren te herkennen bij het uitvoeren van een grote renovatie van een huis of bij het zoeken naar professionele hulp om de energie-efficiëntie in huis te verbeteren. Het label is een teken van reputatie en vertrouwen.

STEP-project: BEUC coördineert het project [Solutions to Tackle Energy Poverty](#) (STEP), waarbij 9 BEUC-leden betrokken zijn. Het grote idee van het project is om kwetsbare mensen te adviseren met eenvoudige, concrete en kosteneffectieve tips en maatregelen zodat ze kunnen besparen op hun energierekening. Wat het STEP-project uniek maakt, is dat nationale consumentenorganisaties samenwerken met eerstelijns werknemersgroepen, die kwetsbare burgers al advies geven



¹⁷ www.chcislunecnienegii.cz

¹⁸ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf

over verschillende zaken, zoals advies over het huishoudbudget of gezondheidstips, om mensen die in energiearmoede leven of dreigen te leven, te bereiken. Het project is gefinancierd uit het financieringsprogramma Horizon2020. Voor meer informatie zie: De [website van het STEP-project](#) en de [rapporten van STEP](#).

CLEAR en CLEAR 2.0 projecten: CLEAR staat voor het in staat stellen van consumenten om te leren over, omgang te hebben met en het omarmen van hernieuwbare energiebronnen.



CLEAR 2.0 was een project van Europese consumentenorganisaties om consumenten die elektriciteit en warmte willen produceren uit hernieuwbare energiebronnen in hun huishoudens te adviseren en te ondersteunen. Het project werd gefinancierd door het onderzoeks- en

innovatieprogramma Horizon 2020 van de Europese Unie en liep van september 2017 tot februari 2020.

Via CLEAR waren wij in staat om:

- Een beter inzicht te krijgen in de motivatie van de consument en de belangrijkste triggers om zijn gedrag te veranderen door online interviews af te nemen.
- Te testen wat de consument efficiënter met energie laat om gaan door een groep huishoudens te monitoren en hen te voorzien van informatie en apparatuur.
- Consumenten te helpen beter geïnformeerde keuzes te maken door de prestaties van hernieuwbare systemen te beoordelen en deze informatie toegankelijk te maken voor meer huishoudens met behulp van nieuwe online-instrumenten.
- De consument te begeleiden teneinde goedkoper en slimmer te kopen door middel van groepsaankopen
- Bij te dragen aan een ambitieuzer nationaal en EU-energiebeleid, waarbij wij pleiten voor eenvoudige en snelle administratieve en vergunningverleningsprocedures als ook voor één-loketoplossingen die de consument informatie en gepersonaliseerd advies verstrekken.

Voor meer informatie zie de [CLEAR 2.0 website](#), [factsheet](#) en de [CLEAR 2.0 resultaten en aanbevelingen](#).

Verdere informatie over duurzame huisvesting - factsheets, publicaties, links

- **Factsheet over het Clear 2.0-project** - consumenten in staat stellen om te leren over hernieuwbare energie, zich ermee bezig te houden en er gebruik van te maken
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf
- **BEUC-standpuntnota over de toekomst van de energieverbruikers**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-055_the_future_of_energy_consumers.pdf

- **BEUC position paper: Minder energieverbruik, lagere energierekeningen:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-029_lower_energy_consumption_lower_energy_bills.pdf



3. DUURZAME FINANCIERING

Waarom is duurzame financiering belangrijk voor de consument?

Als het gaat om het ondersteunen van consumenten om bij te dragen aan de strijd tegen de klimaatverandering en om duurzaam te kunnen leven, is het aanpakken van de financiën en de financiële systemen een cruciaal onderwerp. Op dit moment zijn consumenten zich er onvoldoende van bewust dat ze het verschil kunnen maken met hun financiële keuzes en dat zij de markten kunnen aansturen.

Voor de meeste consumenten zijn banken een one-stop-shop als het gaat om het beheer van al hun financiën. Ze ontvangen hun salaris en alle andere betalingen en uitkeringen op hun betaalrekening maar ook geld sparen en investeren voor hun pensioen, een lening afsluiten, een verzekering afsluiten en nog veel meer gaat via hun bank. Dit betekent dat elk jaar triljoenen euro's via de banken gaan¹⁹, geld dat kan worden besteed aan initiatieven die een positief effect hebben op het milieu en de samenleving en bijdragen aan het tegengaan van de klimaatverandering.



Gezien de urgentie van de situatie en ondanks de huidige inspanningen om de middelen te sturen in de richting van een duurzame economie, blijft de overgrote meerderheid van de banken deze biljoenen gebruiken om in emissie-intensieve activiteiten, waaronder de fossiele brandstofindustrie te investeren en deze te financieren.

In Zweden bijvoorbeeld investeren de zeven grootste banken bijna twee keer zoveel spaargeld in fossiele energie als in duurzame energie. Van elke honderd cent die Zweedse banken investeren in en lenen aan de energiesector gaat 64 SEK naar fossiele energie en slechts 36 SEK naar duurzame energie. In totaal investeerden de banken 44,2 miljard Zweedse kronen in fossiele energie en slechts 9,8 miljard kronen in duurzame energie²⁰.



Veel consumenten willen graag dat hun geld bijdraagt aan een groenere, eerlijkere en meer inclusieve samenleving, bijvoorbeeld door het financieren van activiteiten die een positief effect hebben op het milieu. Momenteel brengen

financiële instellingen echter onvoldoende verslag uit over hun milieustrategieën, ook wat betreft de plaats waar het geld wordt geïnvesteerd. In dit verband blijven financiële instellingen onbetrouwbaar financieel advies geven wanneer consumenten investeren in een beleggingsfonds of een levensverzekering afsluiten²¹, zonder rekening te houden met de

¹⁹ In 2015 hadden de Europese huishoudens meer dan 10 biljoen euro aan spaarrekeningen https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-101_savings_accounts_in_eu-a_dormant_market-study.pdf.

²⁰ <https://fairfinanceguide.se/media/494515/lagg-om-vaxeln.pdf>

²¹ Zie de campagne van het BEUC over de prijs van badadvies.eu, waarin wordt gewezen op de voortdurende ontoereikendheid van het financiële advies dat aan de consument wordt gegeven. BEUC roept op tot een verbod op het betalen van 'prikkel' aan financiële adviseurs, die leiden tot bevooroordeeld onpartijdig financieel advies aan consumenten.

duurzaamheidsvoorkeuren van consumenten. Als gevolg daarvan kunnen consumenten onbewust bijdragen aan schendingen van het milieu, het klimaat en de mensenrechten, en ontbreekt het hen aan de mogelijkheid om er iets aan te doen.

Politieke agenda van de EU

In haar werkprogramma voor 2020 kondigde de Europese Commissie aan dat zij voornemens is in het derde kwartaal van 2020 een vernieuwde **strategie voor duurzame financiering** te publiceren. In april 2020 startte de Europese Commissie een openbare raadpleging over haar vernieuwde strategie voor duurzame financiering, waarop de BEUC reageerde ²²door de bezorgdheid van de consumenten in het bredere debat over duurzame financiering te verwoorden. De raadpleging was verdeeld over twee hoofdonderdelen: 1) het eerste deel was gericht aan alle belanghebbenden over hoe de financiële sector en de economie duurzamer kunnen worden; 2) het tweede deel was gericht aan deskundigen, die verdere technische en strategische vragen stelden over de toekomst van duurzame financiering. In reactie op de raadpleging heeft de BEUC een aantal concrete beleidsaanbevelingen aan de Europese Commissie gedaan om ervoor te zorgen dat consumenten beter geïnformeerd kunnen worden over de duurzaamheidskenmerken van de producten van financiële diensten waarop zij in hun dagelijks leven vertrouwen, onder meer:

- Een verplichting voor alle financiële producten (spaarrekeningen, beleggingsfondsen, levensverzekeringen, pensioenen, etc.) om te vermelden hoe duurzaam ze zijn. Bijvoorbeeld op basis van een kleurwaarderingsstelsel dat vergelijkbaar is met het reeds bekende energielabel, waarbij een degelijke groene A het meest duurzaam is en een rode G het minst duurzaam.
- Sterkere inspanningen van de Europese instellingen om greenwashing door financiële dienstverleners te bestrijden, een belangrijk risico voor de consument.
- De ontwikkeling van een zogenaamde Bruine Taxonomie van activiteiten die een negatieve invloed hebben op het klimaat en het milieu.
- Een vereiste voor de Europese toezichthoudende autoriteiten om de kosten en prestaties van ESG-producten te beoordelen ten opzichte van hun traditionele tegenhangers, als onderdeel van hun jaarlijkse studies.
- Beter toezicht en betere regulering van ESG-ratings en ESG-ratingbureaus.
- Ambitieuze regels voor de invoering van een EU-ecolabel voor financiële producten voor de detailhandel.
- Een verplichting voor financiële adviseurs om de duurzaamheidsvoorkeuren van klanten te beoordelen bij het inwinnen van beleggingsadvies en een verplichting voor financiële adviseurs om adequaat te worden opgeleid over ESG-producten bij het verstrekken van beleggingsadvies.

²²https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf

- Steun voor initiatieven die de consument begeleiden en helpen bij het vergelijken van de duurzaamheids- en investeringspraktijken van kredietinstellingen en andere financiële ondernemingen, zoals de [Fair Finance Guide](#).

Andere relevante EU-wetgeving en werkstromen op het gebied van duurzame financiering zijn onder meer:

- **EU- ecolabel beleggingsproducten** - een door de Europese Commissie opgerichte deskundigengroep ontwikkelt momenteel een EU-ecolabel²³ voor financiële producten op basis van de taxonomie, een EU-classificatiesysteem voor duurzame activiteiten om beleggers, bedrijven, emittenten en projectontwikkelaars te helpen bij de overgang naar een koolstofarme, veerkrachtige en hulpbronnenefficiënte economie. Het maatschappelijk middenveld, met inbegrip van de Ecolabel coördinator van de BEUC, wordt hierbij betrokken om te zorgen voor een betrouwbaar keurmerk dat gebaseerd is op strikte voorwaarden en dat greenwashing en misleidende informatie voor de consument vermijdt.
- In maart 2020 heeft het Gemeenschappelijk Centrum voor Onderzoek van de Europese Commissie een voorstel ingediend over de eisen voor het EU-ecolabel voor financiële retailproducten. In april 2020 publiceerde de BEUC (in samenwerking met andere maatschappelijke organisaties) haar opmerkingen²⁴ over een dergelijk voorstel, waarbij zij een aantal punten van zorg naar voren bracht. De BEUC en andere maatschappelijke organisaties verklaarden dat het voorstel van het JRC moet worden verbeterd om ervoor te zorgen dat de EU-ecolabel geschikt is voor het beoogde doel en ervoor te zorgen dat producten onder de EU-ecolabel gericht zijn op investeringen in groene economische activiteiten. Er werd onder meer voorgesteld dat het definitieve keurmerk voldoet aan de verwachtingen van kleine beleggers, d.w.z. met ten minste 51% groene investeringen in de fondsen en strenge uitsluitingscriteria voor aanzienlijk schadelijke sectoren. BEUC en CSO pleiten voor een toekomstig EU-ecolabel dat retailbeleggers en consumenten in het algemeen beschermt tegen greenwashing en dat voldoet aan hun verwachtingen van een keurmerk voor uitmuntendheid op milieugebied.
- **Ontwerpen van gedelegeerde handelingen "MiFID II" (Markets in Financial Instruments Directive) en "IDD" (Insurance Distribution Directive)** - De EC heeft de ontwerpen van gedelegeerde handelingen op 8 juni 2020 gepubliceerd en een raadpleging van vier weken tot 6 juli 2020 uitgevaardigd. Indien aangenomen zullen de ontwerp-gedelegeerde handelingen door het Europees Parlement en de Raad worden gecontroleerd. De gewijzigde regels zijn van toepassing vanaf 12 maanden na de bekendmaking ervan in het Publicatieblad van de EU. Volgens de ontwerp-gedelegeerde handelingen moeten financiële adviseurs duurzaamheidsfactoren integreren in het beleggingsadvies dat aan de consument wordt verstrekt. Consumentenorganisaties streven er in de ontwerpfase naar om ervoor te zorgen dat deze teksten de consument adequaat beschermen, door van financiële adviseurs te verlangen dat zij de voorkeuren op het gebied van milieu, maatschappij en het

²³ Zie hoofdstuk 7.2 over het ecolabel.

²⁴ http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf

voldoen aan regelgeving (ESG) van klanten die financieel advies inwinnen (bijvoorbeeld bij het inwinnen van advies over een pensioenproduct, een levensverzekeringsspolis of een beleggingsfonds) adequaat beoordelen.

Bruine taxonomie - de EU-verordening inzake taxonomie stelt momenteel alleen een 'groene taxonomie' vast²⁵. De verordening bevat geen 'bruine taxonomie' met criteria voor economische activiteiten die een negatieve invloed hebben op het milieu. Het voeren van een campagne voor een bruine taxonomie moet er toe leiden dat retail investeerders begrijpen wanneer hun investeringen niet-duurzame activiteiten in de hand werken.

Politieke agenda op nationaal niveau

Zoals gezegd, werd er op Europees niveau gedelegeerde handelingen bij de MIFID-richtlijn en de IDD-richtlijn aangenomen. De FSMA en de Belgische wetgever zullen dan ook moeten nagaan of hun regels nog in overeenstemming zijn met deze Europese instrumenten.

De FSMA stelt dat ze met grote aandacht deze juridische Europese evoluties volgen, en dat ze zich actief inzetten bij de Europese werkzaamheden. In haar jaarverslag van 2019 stelt de FSMA dat ze « zullen nagaan of de informatieverplichting wordt nageleefd. Zodra de uitvoeringsteksten in werking zijn getreden, zal zij zowel de financiële sector als de consumenten richtsnoeren bezorgen ».

Ook andere financiële instellingen, zoals Febelfin, nemen actie voor duurzame financiering. Het label ²⁶ « towards sustainability » (over duurzame en sociaal verantwoorde investeringen) werd bijvoorbeeld ontwikkeld door Febelfin²⁷ et concerne les investissements durables et socialement responsables. Zoals uit de voorbeelden verder blijkt, werd er door Financité en Fairfin eveneens een ander label ontwikkeld, het label « towards sustainability ». De FSMA vindt het momenteel niet haar rol, als financieel toezichthouder om deze labels te certificeren, gezien het privé karakter van deze labels.

De FSMA gaat evenmin na of de producten die aldus gelabeld worden, effectief voldoen aan de kwaliteitscriteria.

Betrokkenheid van consumentenorganisaties

De wereld van duurzame financiering is een groeiend terrein en er zijn veel belangrijke rollen die consumentenorganisaties kunnen spelen:

²⁵ Op 18 december 2019 hebben de Raad en het Europees Parlement een [politiek akkoord](#) bereikt [over de taxonomieverordening](#). Op 15 april 2020 heeft de Raad [via de schriftelijke procedure zijn standpunt in eerste lezing met betrekking tot de taxonomieverordening vastgesteld](#). Het Europees Parlement heeft de tekst op 18 juni 2020 volgens de procedure voor een "akkoord in vervroegde tweede lezing" goedgekeurd. De tekst is nu ook in het Publicatieblad van de EU [bekendgemaakt](#) en zal de ^{20e} dag na de bekendmaking ervan in werking treden.

²⁶ FSMA, Rapport annuel 2019, pp. 163 et s., disponible sur : https://www.fsma.be/sites/default/files/public/annual-reports/fsma_ra2019_fr_0.pdf, consulté le 04.11.2020.

²⁷ Febelfin est le porte-parole du secteur financier et l'interlocuteur des décideurs politiques, des autorités de contrôle, des fédérations professionnelles et des groupes d'intérêt.

- **Het ondersteunen van consumenten om hun groene of vuile fondsen op te sporen** - het onderzoeken en verstrekken van informatie aan consumenten over waar hun fondsen naartoe gaan. De Fair Finance-gids²⁸ is bijvoorbeeld een voorbeeld van het werk dat consumentenorganisaties kunnen doen om consumenten te helpen meer transparante informatie te krijgen over waar hun banken geld naartoe sturen. Het legt de sociaal en milieuschadelijke praktijken van Europese banken bloot, van het financieren van de uitbreiding van palmolie in Indonesië tot het blootleggen van de omvang van hun voortdurende investeringen in de fossiele-brandstofindustrie in plaats van in hernieuwbare energiebronnen.
- **Druk voor meer productaanbod** - Er is momenteel een beperkt aanbod van producten voor sparen, beleggen en pensioenfondsen op basis van doelstellingen en criteria op het gebied van milieu, maatschappij en het voldoen aan regelgeving (ESG). In combinatie met beperkte openbare informatie hebben consumenten een zeer beperkte keuze aan diensten die zij gebruiken om hun particuliere financiën te beheren en consumentenorganisaties kunnen de druk van de consument opvoeren voor meer ESG-basisproducten. Consumentenorganisaties zouden het bewustzijn kunnen vergroten dat consumenten de markten kunnen aansturen en druk kunnen uitoefenen met hun eisen en keuzes.
- **Voorlichting aan consumenten over "greenwashing" van ESG-doelstellingen en -criteria** - Hoewel het positief kan zijn dat banken als duurzaam en maatschappelijk bewust worden ervaren, moet er meer druk op de banken worden uitgeoefend om ervoor te zorgen dat ESG-doelstellingen zowel inherent als integraal deel uitmaken van het bancaire systeem. "Greenwashing"-praktijken, d.w.z. producten die groen lijken, maar dat in feite niet zijn, moeten effectief worden tegengegaan.
- **Het aanbieden van vergelijkingen van groene leningen** - Een dergelijke activiteit kan de consument ondersteunen bij het vinden van voordelige groene, ongedekte leningen om te investeren in hernieuwbare energiebronnen (zoals warmtepompen of zonnepanelen), groene goederen zoals elektrische auto's, maar ook energiezuinige hypotheekleningen of leningen voor energiezuinige renovaties van woongebouwen.
- **Ten slotte** - consumenten zijn niet in staat om de risico's voor hun investeringen in koolstofindustrieën vanwege **gestrande activa**²⁹ - te beperken of deze risico's zelfs maar te beseffen. Beleggingen, pensioenen en spaargelden moeten worden beschermd tegen de risico's van klimaatverandering en niet-duurzame financiering.

²⁸ Casestudies van Europese bankfinancieringen en -investeringen, uit de Fair Finance-gids: <https://fairfinanceguide.org/ffg-international/case-studies/>

²⁹ Gestrande activa zijn activa die te maken hebben met vroegtijdig en onverwacht waardeverlies. Onderzoekers van de London School of Economics hebben erop gewezen dat de klimaatverandering een tweevoudig risico met zich meebrengt om tot gestrande activa te leiden. Ten eerste kunnen extreme weersomstandigheden cruciale activa, zoals infrastructuur en landgebruik, direct vernietigen of hun productiewaarde verlagen. Ten tweede kan het de productie van deze activa verlagen en daardoor leiden tot een lager rendement op de investeringen. Daarom is het voor de bescherming van investeerders ook zinvol om strenger op te treden tegen klimaatverandering, waardoor dergelijke resultaten worden voorkomen. Voor meer informatie zie: <https://www.beuc.eu/press-media/news-events/tougher-action-climate-change-makes-sense-investors>

Consumentenorganisaties zouden kunnen pleiten voor meer transparantie met betrekking tot de financiering en de investeringen die financiële instellingen doen.

Nationale voorbeelden of instrumenten voor consumenteneducatie en -betrokkenheid

- **De Eerlijke Financiële Gids - Noorwegen & Zweden**



De Noorse consumentenorganisatie *Forbrukerrådet* en de Zweedse *Sveriges Konsumenter* maken deel uit van het **Fair Finance Guide netwerk**, een project om toonaangevende banken in hun land te rangschikken en te vergelijken op basis van criteria op het gebied van

milieu, maatschappij en het bestuur.

De Noorse Fair Finance Guide scoort 13 banken op hun beleid en praktijken <https://etiskbankguide.no/> en de Fair Finance Guide Sweden omvat de 7 grootste en 2 alternatieve banken in Zweden- <https://fairfinanceguide.se/>.

- **Litouwen - Joint Sustainable Finance Monitoring Group (S.U.R.F. project).** Net als bij het project [Fair Finance International is](#) de Alliance of Lithuanian Consumer Organizations (ALCO) bezig met het repliceren van een bank beoordelingsstelsel voor Litouwse consumenten. Het project richt zich op impact op drie manieren: Het produceren van gerichte informatiecampagnes om consumenten te helpen actief te zoeken naar en te investeren in op duurzaamheid gerichte financiële retailproducten; het aangaan van contacten met lokale actoren in de financiële sector om het creëren en op de markt brengen van producten te stimuleren; het lobbyen en bepleiten van een wettelijk kader voor het heroriënteren van de financiële sector van 'business as usual'-investeringen naar duurzame investeringen. Het doel is om een financieel systeem op te bouwen, waarbij de toegenomen rol en druk van duurzaamheidsbewuste consumenten een diepgaande overgang van het financiële systeem mogelijk maakt.
- **België - Réseau Financité** (het netwerk voor alternatieve financiering) is een Belgisch netwerk met als hoofddoel het bevorderen van maatschappelijk verantwoord en ethisch verantwoord financieren. Réseau Financité doet onderzoek, ontwikkelt kennis en ondersteunt individuen in hun zoektocht naar ethische en verantwoorde financiële producten. Het netwerk publiceert regelmatig [rapporten](#) met een evaluatie van financiële producten die sociale, ethische, bestuurs- en milieubelangen bevorderen, om retailbeleggers die hun geld op een verantwoorde manier willen beleggen, te helpen. Het netwerk beheert ook een [vergelijkingswebsite](#) (onder meer voor spaarrekeningen, beleggingsfondsen en pensioenproducten, enz.) waarmee gebruikers de ESG-kenmerken van financiële dienstenproducten gemakkelijk kunnen vergelijken (op basis van een reeks criteria en een door het netwerk ontwikkelde [methodologie](#)).
- Op de website www.labelfinancite.be staan veel duurzame projecten die voldoen aan de criteria van Financité en FairFin. Het Belgische initiatief "[Towards Sustainability](#)" stelt een kwaliteitsnorm voor, evenals een label voor duurzame en maatschappelijk

verantwoorde financiële producten. Daarnaast is er het Ethibel Forum, dat maatschappelijk verantwoord ondernemen en maatschappelijk verantwoorde investeringen bevordert om de overgang naar een duurzame samenleving te vergemakkelijken en te versnellen door de transparantie, de maatschappelijke verantwoordelijkheid en de duurzame praktijken op de financiële markten te verbeteren en door de kennis op dit gebied te verbreden door middel van onderzoeks- en studieactiviteiten.

Andere bronnen - factsheets, publicaties, links

- **De website van de Europese Commissie over de vernieuwde strategie voor duurzame financiering** https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en
- **BEUC reactie op de Europese Green Deal op "Finance" pagina 10:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **De Fair Finance Guide** - een project dat in verschillende EU-landen wordt uitgevoerd en dat het bewustzijn van de consument bevordert door financiële instellingen te rangschikken op basis van duurzaamheidscriteria: <https://fairfinanceguide.org/>.
- **Finance Watch** - Europese NGO's richtten na 2008 de financiële crisis op om de aandacht te vestigen op de financiële lobby en deze te bestrijden - <https://www.finance-watch.org/>
- **Aanbevelingen van BEUC en NGO's voor het EU-ecolabel en financiële producten:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf Zie ook hoofdstuk 7.2/pagina 30 van dit theoretische achtergronddocument voor meer informatie over de milieukeur en de opname van financiële producten.
- **Finance Watch blogpost "geen klimaatrechtvaardigheid zonder duurzame financiering"** - <https://www.finance-watch.org/no-climate-justice-without-sustainable-finance/>
- **Finance Watch blog post: "Negen financiële hervormingen die klimaatstakers moeten eisen"** - <https://www.finance-watch.org/uf/9-financial-reforms-that-climate-strikers-should-demand/>
- **Actieplan van de Commissie voor de financiering van duurzame groei, 8 maart 2018-** https://ec.europa.eu/info/publications/180308-action-plan-sustainable-growth_en
- **Reactie van het BEUC op de raadpleging van de Europese Commissie over haar vernieuwde strategie voor duurzame financiering:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf.

- **Financieringsinitiatief van het Milieuprogramma van de Verenigde Naties**
<https://www.unepfi.org/>
- **Frank Bold Public Interest Law Organisation** <https://en.frankbold.org/about-us>

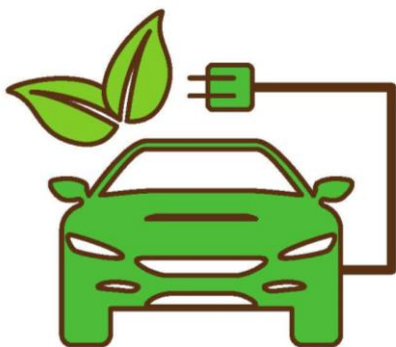


4. DUURZAME MOBILITEIT

Waarom is duurzame mobiliteit belangrijk voor de consument?

Veel consumenten hebben geen andere keuze dan hun individuele auto te gebruiken om aan hun mobiliteitsbehoeften te voldoen. Dit is het resultaat van tientallen jaren stedelijk en economisch beleid dat uitgaat van de veronderstelling dat individueel, op benzine rijdend, autobezit de ideale manier was om van A naar B te gaan. De consument zou veel geld en tijd kunnen besparen als ons vervoerssysteem duurzamer zou worden. Tegelijkertijd is de luchtvaartsector een van de snelst groeiende bronnen van CO₂-uitstoot en zou deze tegen 2050 een van de grootste uitstoters van de EU kunnen worden.

Er is de afgelopen jaren aanzienlijke vooruitgang geboekt bij het terugdringen van de CO₂-uitstoot en het brandstofverbruik van personenauto's. Er zijn **nieuwe tests** (WLTP en RDE)



van kracht geworden, de EU heeft haar **kader voor typegoedkeuring en markttoezicht** aanzienlijk versterkt en zij heeft ambitieuze **CO₂-reductiedoelstellingen voor 2025 en 2030** afgesproken. Gehoopt wordt dat dit nieuwe regelgevingskader de overgang naar koolstofarme auto's aanzienlijk zal versnellen en in de praktijk en niet alleen op papier vooruitgang zal opleveren. In het komende decennium verwachten we daarom een ingrijpende verschuiving in de auto-industrie, waarbij de vermindering van de CO₂-uitstoot sterk wordt gestimuleerd door een verandering in de aandrijflijntechnologieën en een

omschakeling van verbrandingsmotoren naar elektrische voertuigen.

Politieke agenda - EU-niveau

Hieronder volgen de komende relevante EU-processen waarvan kennis moet worden genomen:

- Publicatie tegen eind 2020 van een nieuwe EU-strategie voor "duurzame en slimme mobiliteit" waarin beleidsdoelstellingen worden vastgesteld met betrekking tot de invoering van schone voertuigen, schone vervoersalternatieven (spoorwegen) en de juiste stimulansen voor de consument.
- Herziening (verwacht in juni 2021) van de EU-richtlijn betreffende de invoering van infrastructuur voor alternatieve brandstoffen, waarin eisen worden gesteld aan de uitrol van oplaadpunten voor elektrische auto's.
- Herziening (verwacht in de loop van 2021) van de EU-richtlijn inzake de etikettering van auto's, die kopers van auto's informatie verschaft over de efficiëntie van auto's op het verkooppunt.

- Herziening (verwacht in juni 2021) van de CO2-reductiedoelstellingen voor auto's voor 2025 en 2030.

Politieke agenda op nationaal niveau

Het [Belgische energie- en klimaatplan](#) bevat- wat betreft het onderdeel mobiliteit- om te beginnen een aantal interessante cijfers uit een volksbevraging: Bijna 90% van diegenen die de enquête invulden, meent dat voor het woon-werkverkeer het openbaar vervoer en de zachte mobiliteit (fiets, te voet,...) fiscaal interessanter moeten zijn dan de privéwagens.

Ook op regionaal niveau, zijn er verschillende initiatieven te melden. We bekijken hier per regio de volgende aspecten: het bestaan van een mobiliteitsplan; belastingen en bonus-maluspunten bij de verzekering:

1. vervoersplannen

- Wat Vlaanderen betreft heeft de organisatie duurzame mobiliteit, op haar website een overzicht geplaatst van de evoluties in de Vlaamse mobiliteitsplannen³⁰. Wat betreft de huidige mobiliteitsvisie zijn met name de volgende elementen van belang:

- **November 2019: Beleidsnota Mobiliteit en Openbare Werken 2019-2024.**

In het mobiliteitsplan wordt de nadruk gelegd op niveau van de vervoersregio en regionale mobiliteitsplannen, met aandacht voor basisbereikbaarheid. Het is wel opvallend dat er niet naar het mobiliteitsplan wordt verwezen in de beleidsnota rond mobiliteit en openbare werken. Het decreet met betrekking tot de basisbereikbaarheid is hier de sluitsteen. Maatregelen in verband met onder meer de MOBI-punten, en de mobiliteitscentrales zijn daarop geënt³¹.

- **2020: Toekomstverkenning 2050 (of Mobiliteitsvisie 2040?)**

Er komt geen Mobiliteitsplan Vlaanderen, maar wel een langetermijnvisie onder de nieuwe naam: Toekomstverkenning 2050. Opdrachthouder is Tomorrowlab en de voorziene oplevering is eind 2020. Participatie gebeurt (onder meer) via de website mobiliteitsvisie2040.vlaanderen.be

- Het Waals vervoersplan 2019 ³² is opgebouwd rond drie speerpunten: governance, verdubbelen en diversifiëren van het vervoersaanbod, en gedragsaanpassing. Het plan begint met een uitgebreide bijdrage hoe de verandering van het vervoersgedrag kan leiden tot een vermindering van de milieuvervuiling. Momenteel wordt 83% van de afgelegde kilometers nog met de auto gedaan. Bedoeling is om onder meer het aandeel van het openbaar vervoer in ons dagelijks gebruik op te voeren (trein: van 9% naar 15%; bus: van 4% naar 10%), evenals het aandeel van de fiets (van 1 naar 5%). De Waalse regering is

³⁰ <https://www.duurzame-mobiliteit.be/nieuws/mobiliteitsplan-vlaanderen-toekomstverkenning-2050>

³¹ Voor meer info: hier vindt u een overzicht van de Vlaamse regelgeving: <https://www.vlaanderen.be/basisbereikbaarheid/het-decreet-basisbereikbaarheid>.

³² http://mobilite.wallonie.be/files/eDocsMobilite/politiques%20de%20mobilité/SRM_PERSONNES_2019.pdf

zich hierbij bewust van het feit dat haar grondgebied niet overal even dichtbevolkt is, waardoor de projecten met betrekking tot MAAS en een digitale ontsluiting van het aanbod, van groot belang zijn. Ook hier wordt ingezet op multimodaliteit van het vervoer en op mobi-punten.

- Het Brussels mobiliteitsplan 2020-2030 ³³ werd goedgekeurd op 5 maart 2020. Ook hier staat de vergroening van de mobiliteit als een van de belangrijkste doelstellingen. Inzet is onder meer het autobezit en -gebruik terugdringen, MAAS, gestructureerde vervoersnetwerken,...

2. Belastingen en verzekeringen

Na de overname van de verkeersbelastingen in 2011 heeft Vlaanderen gekozen voor een omslag naar een mobiliteitsfiscaliteit op basis van de principes 'de gebruiker betaalt' en 'de vervuiler betaalt'. Voor personenwagens is de Belasting op de Inverkeerstelling (BIV) vergroend en zijn de verkeersbelastingen voor het eerst gemoduleerd in functie van de impact van het voertuig op klimaat en luchtkwaliteit (berekend op basis van de het vermogen (kW - kilowatt) van het voertuig, de euronorm en de CO₂- uitstoot.). Voor elektrische auto's moet bijvoorbeeld geen BIV en verkeersbelasting meer betaald te worden. Bij de autoverzekering wordt er eveneens rekening gehouden met eco-boni of -maluspunten³⁴.

Ook in Wallonië geldt momenteel een regeling van ecobonus-malus bij de autoverzekering. Wat betreft de belastingen en fiscaliteit, vermeldt het Waals mobiliteitsplan dat de fiscaliteit betreffende de inverkeersstelling en de verkeersbelastingen eveneens moeten herbekeken worden. Ze pleiten hierbij om dit samen met de andere regio's aan te pakken. De Waalse regering denkt eveneens na over een verkeersvignette.

In Brussel onderzoekt men de optie om de vervoerstarieven te laten variëren volgens het gebruik, en dus een "slimme" belasting in te voeren. Het huidige stelsel van de verkeersbelasting zal herzien worden in het licht van de doelstellingen van de lage-emissiezone (LEZ) en zal voortbouwen op deze technologie. Het nieuwe stelsel zal van toepassing zijn op alle voertuigen die in Brussel rijden en zal gekoppeld worden aan het gebruik om opstoppen te beperken, in het bijzonder tijdens de spitsuren. Daartoe zal de regering haar ANPR-cameranetwerk ontwikkelen (ANPR: Automatic Number Plate Recognition of automatische nummerplaatherkenning). Deze belastinghervorming moet een beter gebruik van de auto mogelijk maken en er tegelijk voor zorgen dat ze geen negatieve sociale gevolgen heeft.

³³ https://goodmove.brussels/wp-content/uploads/2020/05/13405_VNL_complete-1.pdf

³⁴ vermeerdering met 0,30% voor iedere gram **CO₂-uitstoot** per kilometer boven 122 gram en niet hoger dan 500 gram (boven 500g/ km blijft vermeerdering dezelfde als voor 500g/km). En een vermindering met 0,30% voor iedere gram CO₂-uitstoot per kilometer onder 122 gram maar hoger dan 24 gram (onder 24g/ km blijft vermindering dezelfde als voor 24g/km)

Betrokkenheid van consumentenorganisaties

Tijdens de overgang naar elektrische voertuigen die in het komende decennium wordt verwacht, is het belangrijk dat consumentenorganisaties de consumenten adviseren over en helpen met de juiste mobiliteitsopties voor hen. Wat auto's betreft, kan informatie op het verkooppunt kopers van auto's helpen om voor zuinigere auto's te kiezen. Een uniform auto-emissie-etiket in alle EU-landen zou de consument helpen dit te doen en het aanbod van duurzamere opties, zoals elektrische auto's, beïnvloeden.

Consumentenorganisaties kunnen dit werk aanvullen door mensen te voorzien van informatie over het werkelijke brandstofverbruik/niveau uitstoot van hun auto's en hen te adviseren de beste voertuigen op de markt te selecteren. Veel consumentenorganisaties doen dit in projecten zoals [Green NCAP](#) of [MILE21](#).

Er zijn andere ontwikkelingen in de autosector die het consumentenbeleid voor nieuwe en andere uitdagingen kunnen stellen. Nieuwe innovaties zoals meer automatisering en internetaansluitingen stellen een hele nieuwe reeks vragen over aansprakelijkheid, veiligheid, gegevensbescherming, eerlijke concurrentie en nog veel meer.

Tegelijkertijd zouden consumenten beter toegang moeten hebben tot alternatieven voor individuele auto's, zoals openbaar vervoer, actieve mobiliteit (wandelen en fietsen) of gedeelde en micro-mobiliteit. Onze hele mobiliteitssystemen moeten worden heroverwogen om consumenten efficiëntere en duurzamere alternatieven te bieden.

Nationale voorbeelden of instrumenten voor consumenteneducatie en betrokkenheid bij duurzame mobiliteit

- **Het testen van "groenere" automodellen (e-cars en brandstofkeuzes)**
 - **Testresultaten, België:**
 - vergelijking van auto's om de meest ecologische keuze te maken
 - advies over groener rijden
 - **MILE21** - "meer informatie, minder uitstoot" - biedt consumenten gegevens over het brandstofverbruik van personenauto's in de praktijk en helpt hen om goed geïnformeerde aankoopbeslissingen te nemen voor efficiëntere voertuigen <https://www.mile21.eu/about>.
 - **Groene NCAP** - vergelijking van auto's
 - <https://www.greenncap.com/>
- **Het testen van elektrisch ondersteunde fietsen: Waalse overheid** - het project "Ik test elektrisch!"³⁵ is als volgt gestructureerd: om de drie maanden, gedurende vier

³⁵ <http://mobilite.wallonie.be/home/politiques-de-mobilite/wallonie-cyclable/le-velo-a-assistance-electrique.html>

weken, kunnen Waalse burgers boven de achttien jaar zich online inschrijven in de hoop een elektrisch ondersteunde fiets gratis te testen, gedurende twee weken, tijdens de volgende leenperiode. Elke leenperiode begint een maand na de sluitingsdatum voor de registratie en duurt drie maanden.

- **Bevordering van het openbaar vervoer**

- **Forbrugerrådet Tænk, Denemarken** - Het project "[Passenger pulse](#)" helpt de consument met het openbaar vervoer.
- **vzbv, Germany**- Uitvoeren van studies over juridische claims op de toegankelijkheid van de woonplaats met het openbaar vervoer en aansluiting op nieuwe vormen van openbaar vervoer (d.w.z. ride pooling): <https://www.vzbv.de/dokument/mobil-bleiben-auch-ohne-auto>

- **Campagne voor [betere passagiersrechten](#)**

- **Collectieve rechtszaken**

- **Volkswagen casus** - Toen Volkswagen werd blootgesteld voor het gebruik van "defeat



device" software in zijn voertuigen, met als resultaat het veinzen van betere uitstootresultaten zodat auto's zouden worden verkocht die lijken te voldoen aan de normen voor verontreiniging, hebben de nationale consumentenorganisaties en de BEUC samengewerkt om de consument te helpen om te worden gecompenseerd en hun voertuigen in overeenstemming met de wettelijke voorschriften te verkrijgen. Consumentenorganisaties in

Duitsland, Litouwen, Slovenië, Slowakije, Zwitserland, België, Italië, Portugal en Spanje hebben groepsacties tegen VW opgezet.

- **Consumentenvoorlichting en -onderzoek**

- **Citizens Advice UK** - organiseerde een reeks workshops over hoe een elektrisch voertuig efficiënt kan worden opgeladen (bijvoorbeeld hoe consumenten kunnen profiteren van "slimme tarieven" om hun elektriciteitsverbruik te optimaliseren en geld te besparen). Bekijk de video: <https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0Aohl8&feature=youtu.be>

Andere bronnen - factsheets, publicaties, links

- **BEUC-standpuntnota** over de wijze waarop het consumentenbeleid kan bijdragen aan de sanering van het vervoer in Europa: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-065_fossil_fuelled_mobility.pdf.
- **BEUC Factsheet Duurzame Mobiliteit:** <http://www.beuc.eu/sustainability/sustainable-mobility>

- **BEUC factsheet over de toegankelijkheid van elektrische auto's:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-036_making-electric-cars-convenient-across-europe.pdf
- **BEUC factsheet over de betaalbaarheid van elektrische auto's:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-113_when_will_electric_cars_be_an_affordable_option_for_european_consumers_-_a5_format.pdf
- **BEUC position paper over het handiger maken van elektrische auto's:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-032_making_electric_cars_convenient.pdf



5. DUURZAME VOEDING

Waarom is duurzame voeding belangrijk voor de consument?

Een toenemend aantal consumenten is bereid om te kiezen voor voeding die goed is voor de eigen gezondheid én voor het leefmilieu.³⁶ Deze bemoedigende trend komt duidelijk naar voor in een door het BEUC in juni 2020 gepubliceerd onderzoek naar de houding van Europese consumenten ten opzichte van duurzame voeding. Uit dit onderzoek, uitgevoerd in elf lidstaten, blijkt dat niet minder dan twee derde van de Europeanen bereid is om duurzamer te eten.

Uit deze enquête bleek echter ook dat consumenten moeite hebben om hun goede voornemens in daden om te zetten. Prijs, gebrek aan kennis, onduidelijke informatie en de beperkte keuze aan duurzame alternatieven in de winkel,... zorgen ervoor dat consumenten in de winkel toch nog altijd de voorkeur geven aan minder duurzame alternatieven.

Verduurzaming van voedingspatronen betekent in de praktijk niet alleen het voldoen aan de voedingsbehoeften van de bevolking, maar ook het verminderen van de milieu-impact van onze voedingskeuzes en een voldoende aanbod van gezonde voedingskeuzes.

Verduurzamen van voedingsconsumptie omvat minstens 2 belangrijke uitdagingen:

- 1- Hoe kunnen we voedselverspilling voorkomen?
- 2- Hoe maken we de duurzame keuzes gemakkelijk en betaalbaar voor de consument?

Voedselverspilling

Volgens schattingen van de Europese Commissie³⁷ wordt in de EU jaarlijks ongeveer 88 miljoen ton voedsel verspild, ongeveer de helft (53%) daarvan wordt verspild door consumenten en gezinnen³⁸.

Toch is voedselverspilling een gedeelde verantwoordelijkheid van alle actoren binnen de voedselketen. Binnen elke schakel van de keten zijn maatregelen nodig: vb. zoveel mogelijk beperken van overproductie in de landbouw; het voorkomen van beschadigde producten of verpakkingen in de voedingsindustrie; het voorkomen van onderbrekingen in de koudeketen tijdens het voedingstransport; het zorgvuldiger omgaan met producten en een beter beheer van de voedselvoorraden in de supermarkt; voedingsproducten op een correcte manier verpakken; het stimuleren van winkelgewoonten die verspilling bij de consument thuis beperken, het aanleren en promoten bij de consument van de juiste methodes om voeding in de ijskast, diepvries of voorraadkast te bewaren, enz.

Voedselverspilling heeft negatieve gevolgen voor het milieu, is vanuit ethisch oogpunt onaanvaardbaar én heeft uiteraard ook financiële gevolgen voor de consument: het niet

³⁶ BEUC (2020). [*Eén hapje tegelijk: consumenten en de transitie naar duurzaam voedsel*](#).

³⁷ http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/index_en.htm

³⁸ FUSIES, 2015.

consumeren van aangekochte voeding kost een gemiddeld Belgisch gezin ongeveer 300 Euro per jaar³⁹, een gemiddeld Brits gezin gooit elke maand voedsel weg ter waarde van ongeveer 60 pond⁴⁰.

Uit onderzoek blijkt dat EU-huishoudens vooral groenten (o.a. verse sla) en fruit, brood- en bakkerijproducten, vlees en vis, zuivelproducten, droge voeding zoals pasta of rijst en kruiden^{41 42 43 44} verspillen. Voedselverspilling thuis wordt vooral veroorzaakt door winkelroutines (d.w.z. de aankoop van te grote voedselporties) en het al of niet gebruiken van restjes (waarbij de hoeveelheid restjes wordt beïnvloed door de gekochte voedselporties).

In een EU opiniepeiling⁴⁵ gaf 58% van de respondenten aan dat de beschikbaarheid van kleinere porties in winkels hen zou helpen om voedselverspilling thuis te verminderen. Een recente studie⁴⁶ in opdracht van de Europese Commissie komt tot de conclusie dat naar schatting tot 10% van de voedselverspilling door de consument te maken heeft met de houdbaarheidsdatum op de verpakking: bvb. de consument interpreteert de houdbaarheidsdata verkeerd of de TGT/THT – data worden door levensmiddelenfabrikanten inconsequent of onjuist gebruikt.

Gezonde en duurzame voedselkeuzes gemakkelijk en betaalbaar maken voor de consument

Gezonde en duurzame voedingskeuzes moeten voor de consument de makkelijkste en meest voor de hand liggende optie worden. Dit betekent concreet:

- Consumenten hebben makkelijker toegang tot duurzamere producten tegen een betaalbare prijs
- Het creëren van een omgeving of context die gezonde en duurzame voedingskeuzes bevordert, bijvoorbeeld door:
 - Een ruimer en diverser aanbod van duurzame voedselproducten.
 - Beperken van marketing en reclame voor ongezonde kindervoeding



³⁹ Test-Aankoop 589. Gaspillage alimentaire. September 2014.

⁴⁰ WRAP 'Love Food, Hate Waste' campagne. <http://england.lovefoodhatewaste.com/content/5-sure-fire-ways-save-money-your-food-bills>

⁴¹ Duits Federaal Ministerie van Voedsel en Landbouw (2012). http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/WvL/Studie_Lebensmittelabfaelle_Langfassung.pdf?__blob=publicationBestand

⁴² Crem, bureau voor duurzame ontwikkeling, report (2013).

⁴³ WRAP-verslag (2008). The Food we waste.

⁴⁴ Stancu, 2015; Stefan et al, 2013

⁴⁵ Flash Eurobarometer 316 (maart 2011). De houding van de Europeanen ten opzichte van efficiënt hulpbronnengebruik

⁴⁶ Europese Commissie (2018). [Marktstudie over datumaanduiding en andere informatie op voedsel etiketten en preventie van voedselverspilling.](#)

- De consument in staat stellen zich ‘in een oogopslag’ (‘at-the-glance’) te informeren over de voedingswaarde van levensmiddelen door middel van een verplicht etiket op de voorkant van de verpakking (Nutri-Score).
- Geen gezondheidsclaims meer toelaten op de verpakking van voedingsmiddelen met een hoog vet-, suiker- en/of zoutgehalte
- Accurate informatie over de herkomst van een voedingsproduct.
- Het bestrijden van greenwashing of valse duurzaamheidsclaims door ervoor te zorgen dat duurzaamheidslabels voor voedingsmiddelen duidelijk, ondubbelzinnig, betrouwbaar, controleerbaar, niet misleidend en door de gebruiker getest (‘user tested’) zijn.

Politieke agenda - EU-niveau

De Algemene Vergadering van de Verenigde Naties heeft in september 2015, als onderdeel van de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen voor 2030, een doelstelling aangenomen om **de voedselverspilling** in huishoudens en retail per hoofd van de bevolking te halveren en de voedselverliezen in de productie- en toeleveringsketens te verminderen. In het EU-actieplan voor de circulaire economie van de Europese Commissie⁴⁷, dat in december 2015 werd goedgekeurd, worden een aantal acties opgesteld die de verwezenlijking van deze doelstelling mogelijk moeten maken:

- Er is een platform (EU-Platform on Food Losses and Food Waste⁴⁸) opgericht, waarin zowel EU-instellingen, deskundigen uit EU-landen als relevante belanghebbenden vertegenwoordigd zijn. Dit platform ondersteunt de verschillende actoren in de voedselketen door maatregelen en acties tegen voedselverspilling te identificeren en inventariseren, door de uitwisseling van goede praktijken te bevorderen en door na te gaan hoe eventuele vooruitgang doorheen de tijd best in kaart wordt gebracht.
- Er is een gemeenschappelijke EU-methodologie⁴⁹ uitgewerkt om de voedselverspilling in de hele voedselvoorzieningsketen consistent te meten.
- Op EU-niveau werd een begin gemaakt met het onderzoek⁵⁰ naar manieren om het gebruik van houdbaarheidsdata (vooral de THT-datum) door de actoren in de voedselketen te verbeteren en een correcte interpretatie van deze data door de consument te bevorderen.

Op 20 mei 2020 werd de ‘Van **boer tot bord**’-strategie gepubliceerd, de **EU-strategie**⁵¹ voor een eerlijk, gezond en milieuvriendelijk voedselsysteem. De ‘Van boer tot bord’-strategie is

⁴⁷ http://ec.europa.eu/priorities/jobs-growth-investment/circular-economy/docs/communication-action-plan-for-circular-economy_en.pdf

⁴⁸ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/eu-platform_en

⁴⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:2019:248:TOC>

⁵⁰ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/date_marking_en

⁵¹ https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf



een belangrijk onderdeel van de overkoepelende Green Deal en omvat een actieplan met 27 maatregelen die de weg vrijmaken voor een groenere voedselproductie, gezondere en duurzamere voedingspatronen en minder voedselverspilling. De meeste van deze maatregelen en voorstellen moeten trouwens nog een proces doorlopen van consultatie, effectbeoordeling en onderzoek.

De maatregelen omvatten:

- Een voorstel voor een geharmoniseerde verplichte voedingswaarde-etikettering op de voorkant van de verpakking om de consumenten in staat te stellen gezonde voedselkeuzes te maken (tegen het vierde kwartaal van 2022).
- Een voorstel om de oorsprongsaanduiding voor bepaalde producten te verplichten (tegen het vierde kwartaal van 2022).
- Een voorstel i.v.m. een kader voor duurzame voedsletikettering om de consument in staat te stellen duurzame voedselkeuzes te maken (tegen 2024).
- Voedingsprofielen om het gebruik van voedings- en gezondheidsclaims voor levensmiddelen met een hoog gehalte aan zout, suiker en/of vet te beperken (tegen Q4 2022).
- Een voorstel van EU-doelstellingen m.b.t. de vermindering van voedselafval (2023).
- Een voorstel voor een herziening van de EU-regels inzake datumaanduiding (TGT/THT – data) (V4 2022).
- Initiatieven om de herformulering van verwerkte voedingsproducten te stimuleren, inclusief het vaststellen van maximale gehalten voor specifieke nutriënten (Q4 2021).



Politieke agenda op nationaal niveau

- De **Belgische federale overheid** voerde in 2018 een vrijwillige Nutriscore in. De score is geen verplichting, maar werd vrij snel een succes dankzij het toepassen van de score door enkele grote supermarktketens. Consumentenorganisatie Test Aankoop pleit voor een verplichte invoering van de Nutriscore.
- 5 jaar geleden lanceerde **het Brussels Hoofdstedelijk Gewest** de Good Food-strategie 2016 - 2020. Belangrijke krachtlijnen binnen de voedselstrategie zijn o.a. het beperken van voedselverspilling, het bevorderen van de lokale voedselproductie en de ontwikkeling van een duurzame voedingscultuur. Momenteel wordt de eerste planperiode geëvalueerd en wordt gewerkt aan de opmaak van een nieuwe voedselstrategie Good Food 2021 – 2025.
- Het **Vlaams Instituut Gezond Leven** (VIGEZ) lanceerde in 2017 een nieuwe voedingsdriehoek. Bij de opmaak van de nieuwe voedingsdriehoek werd niet alleen rekening gehouden met de impact van voeding op onze gezondheid, maar ook met de impact van voedingskeuzes op onze leefomgeving. De nieuwe voedingsdriehoek richt zich tot een breed publiek: het is de bedoeling dat elke geïnteresseerde zich op een snelle en eenvoudige manier kan informeren over duurzame en gezonde voedingskeuzes.
- 5 jaar geleden lanceerde de **Vlaamse overheid** i.s.m. een aantal sectorfederaties uit de Vlaamse voedselketen de ketenroadmap voedselverlies 2015 – 2020. Dit actieplan omvatte 57 acties om voedselverlies doorheen de hele Vlaamse voedselketen terug te dringen. Een vervolg actieplan tegen voedselverlies is momenteel in opmaak en wordt geïntegreerd in een ruimer 'Actieplan voedselverlies en biomassa-reststromen' 2021 – 2025.
- De **Vlaamse regering** kondigt in haar beleidsnota Landbouw en Visserij 2019 – 2024 aan dat zij de krachten wil bundelen om werk te maken van een Vlaams Voedselbeleid. Centraal binnen dit voedselbeleid staat het streven naar gezond, duurzaam, voldoende en veilig voedsel aan een correcte prijs voor elke schakel binnen de voedselketen. In de beleidsnota wordt ook een voedseltop aangekondigd om in samenwerking met de vraag- en aanbodzijde binnen de voedselketen een gedragen beleidsvisie en strategie te ontwikkelen i.f.v. een toekomstgericht Vlaams voedselsysteem.
- Op **Waals niveau**, komt duurzame voeding ook terug in diverse plannen en strategieën:
 - Het plan REGAL 2015-2025: Waals plan tegen de voedselverspilling en voedselverlies. Het plan bevat 17 maatregelen waarbij het de bedoeling is om de voedselverspilling over de ganse voedselketen heen met 30% terug te dringen.
 - De strategie “manger demain” heeft als doel een netwerk te creëren en te faciliteren voor lokale initiatieven met betrekking tot duurzame voeding.
 - Waals plan tegen de armoede 2020-2040 : de toegang tot voedsel is een van de elementen van het plan.

Betrokkenheid van consumentenorganisaties bij duurzaam voedsel

Afhankelijk van hun capaciteit en middelen kunnen consumentenorganisaties een breed scala aan activiteiten ontplooiën om voedselverspilling te voorkomen en gezonde en duurzame voedselkeuzes door consumenten te bevorderen:

- **Bewustmaking:** consumentenorganisaties sensibiliseren en informeren consumenten door artikels, publicaties en campagnes over voedselverspilling⁵² en de impact van onze voedingsgewoonten op ons leefmilieu⁵³.
- **Ondersteunen van gedragsveranderingen:** consumentenorganisaties kunnen consumenten eenvoudige tips geven om hen te helpen hun gedrag te veranderen. Dit omvat bijvoorbeeld ideeën over recepten voor het hergebruik van restjes⁵⁴ en het geven van tips i.v.m. het bewaren van voedsel, het helpen van consumenten om het verschil tussen TGT en THT beter te begrijpen⁵⁵, het adviseren van ouders over de gezondste schoolsnacks voor hun kinderen⁵⁶ of het helpen van consumenten bij de keuze voor duurzame vis⁵⁷.
- **Beplemen van regelgeving die de gezonde en duurzame keuzes voor de consument gemakkelijker maakt:** consumentenorganisaties kunnen bij de EU en de lidstaten aandringen op richtlijnen en wetten die een duurzame landbouw- en voedselproductie bevorderen en een context creëren waarin de gezonde, duurzame keuze de gemakkelijke keuze is.
- **Gebruik van nieuwe media en technologieën om de consument te bereiken:** consumentenorganisaties maken steeds meer gebruik van nieuwe media en nieuwe technologieën (smartphone-apps⁵⁸, Facebook-berichten en -video's⁵⁹, Twitter, discussiefora, enz.)

Nationale voorbeelden of instrumenten voor consumenteneducatie en -betrokkenheid

- **Portugal - [Green Chef](#)** - Nodigt scholen uit om video's op te nemen met recepten van restjes of met recepten waarbij voedsel op een betere en efficiëntere manier bereid wordt. De bedoeling is om jonge consumenten bewust te maken van het belang van duurzame voedingsconsumptie en het voorkomen van voedselverspilling.
- **Portugal "[Chef fish](#)"** - Nodigt scholen uit om video's op te nemen met visrecepten waarbij de keuze voor gezonde en duurzame vis en respect voor de biodiversiteit en natuurlijke hulpbronnen in oceanen centraal staan.

⁵² OCU (2017). [Geen banden la comida!](#)

⁵³ CLCV (2020). [Kribbe duurzaam](#).

⁵⁴ Fédération Romande des Consommateurs (2012). [Het huisvesten van restjes: de FRC-recepten](#).

⁵⁵ OCU (2018). [10 voedingsmiddelen die "vervallen" kunnen worden gegeten](#).

⁵⁶ Test-Aankoop (2019). [Hoe kies je een gezond tussendoortje? Voor kinderen](#).

⁵⁷ PDU - Que Choisir (2018). [Duurzame visserij. Het eten van vis met een schoon geweten](#).

⁵⁸ Zie bijvoorbeeld [de app die Forbrugerrådet Tænk](#) (in samenwerking met een groep organisaties) [heeft ontwikkeld](#) om consumenten te helpen bij het verminderen van voedselverspilling thuis.

⁵⁹ Zie bijvoorbeeld [Forbrugerrådet Facebook-campagne](#) over voedselverspilling.

- **Frankrijk - "[ZéroGâchisAcadémie](#)":** In drie maanden tijd werden 100 huishoudens



'gecoacht' door de consumentenorganisatie CLCV (gezinnen maar ook alleenstaanden, gepensioneerden, etc.). Tijdens de eerste vijftien dagen werden de huishoudens uitgenodigd om de hoeveelheid voedsel te meten die ze gewoonlijk verspillen. Vervolgens kregen ze aanbevelingen en tips om voedselverspilling thuis te verminderen. De deelnemers aan het

project slaagden erin hun voedselverspilling met gemiddeld meer dan de helft (59%) te verminderen.

- **Portugal "Te veel plastic"**- Van juni tot november vorig jaar werden consumenten uitgenodigd om foto's te sturen van goederen en producten die in te veel plastic verpakt zijn. Vervolgens nam de consumentenorganisatie contact op met de leveranciers met het verzoek om actie te ondernemen en de hoeveelheid verpakking per product te verminderen.

- **België – Een nieuwe naam voor de 'Doggy Bag':** Test-Aankoop promootte samen met



drie Belgische steden het gebruik van een doggybag bij de Belgische consument. Veel Belgen vinden het ongepast om na een maaltijd in een restaurant te vragen of ze hun overschotten mee naar huis kunnen nemen.

Er werd een wedstrijd georganiseerd op sociale media om een nieuwe Vlaamse en Franstalige naam te vinden voor de doggybag. Op die manier raakt het meenemen van maaltijdoverschotten op

restaurant sterker ingeburgerd bij de Belgische consument.

Andere bronnen - factsheets, publicaties, links

- **BEUC open brief over de Farm to Fork strategie**
[https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems .pdf](https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems.pdf)
- **BEUC-verslag over de enquête onder EU-consumenten en duurzaam voedsel, juni 2020:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf.

- **Het BEUC-standpuntnota over duurzaam voedsel** - een nota die in 2016 door het BEUC is ontwikkeld om een discussie over "duurzaam voedsel" op gang te brengen - is sindsdien uitgewerkt op https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-029_ipa_cpe_beuc_position_on_food_sustainability.pdf.
- **BEUC-standpuntnota over de voedingswaarde-etikettering op de voorkant van de verpakking:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-033_front-of-pack_nutritional_labelling.pdf
- **Commentaar van het BEUC op de openbare raadpleging van de Europese Commissie over de "Roadmap on the Farm to Fork Strategy for Sustainable Food"** <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12183-Farm-to-Fork-Strategy-/F507869>
- **BEUC-beoordeling van de "Farm to Fork"-strategie** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-057_beucs_take_on_farm_to_fork_strategy.pdf



6. DUURZAAMHEID VAN HET PRODUCT: EEN OVERKOEPELENDE EU-AANPAK OM PRODUCTEN MINDER HULPBRONNEN TE LATEN VERBRUIKEN

Inleiding

De Europese Unie heeft een lange traditie in het ontwikkelen van specifieke regels voor consumentenproducten, zowel wat betreft veiligheid als wat betreft milieu. De acties van de EU omvatten de ontwikkeling van nieuwe wetgeving, technische normen en consumenteninformatie. De rol van de EU in dit proces kan niet worden overschat, want in een interne markt gelden deze regels voor elke fabrikant die producten op de EU-markt brengt.

In de beginjaren van haar productbeleid focuste de EU zich op consumenteninformatie, om zo de vraag naar energie-efficiënte producten te versterken. Dit gebeurde bijvoorbeeld via het EU-energielabel, dat midden van de jaren '80 werd ingevoerd voor huishoudelijke apparaten. Sinds het begin van de jaren negentig werd ook het EU-Ecolabel voorgesteld. Het ecolabel informeert de consument en gidst hem naar de meest milieuvriendelijke producten op de markt.

"Het informeren van de consument" brengt slechts beperkte veranderingen met zich mee en biedt geen oplossing voor bepaalde tekortkomingen van de markt, zoals een beperkt aanbod aan duurzame producten. Daarom pakt de EU sinds 2005 het productontwerp zelf aan, en stelt bindende eisen aan fabrikanten inzake ecologisch ontwerp (ecodesign). 80% van de milieueffecten van een product worden immers bepaald door de ontwerpkeuzes van een fabrikant; en de consument heeft hier weinig tot geen invloed op.

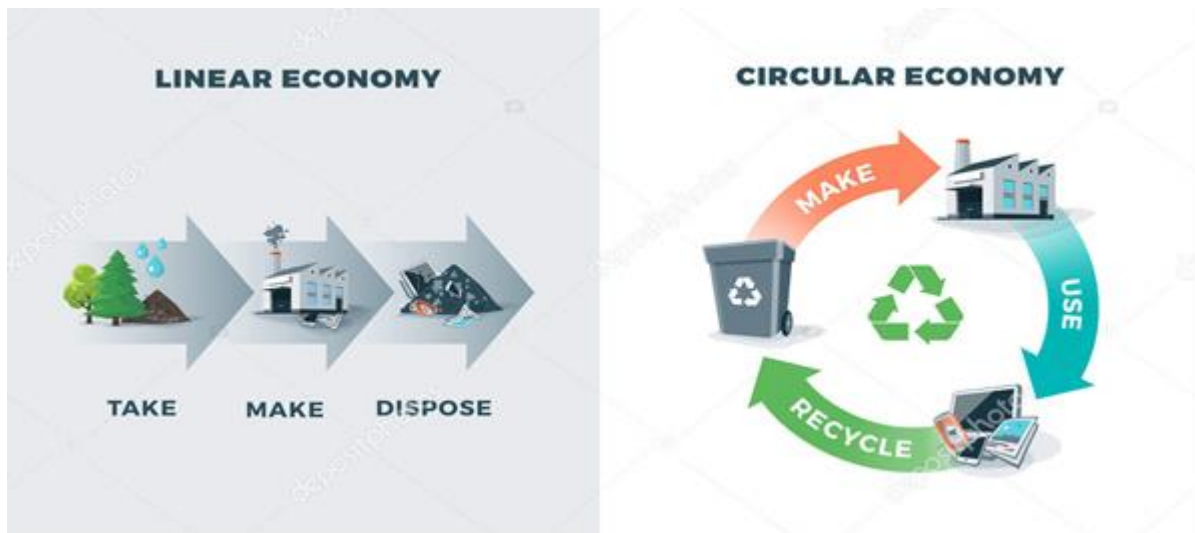
In het begin focuste het Ecodesign-proces zich op energie-efficiëntie en andere belangrijke effecten op het milieu, zoals geluidsemissies en waterverbruik. Het proces wordt momenteel aangepast om op een meer systematische manier nieuwe uitdagingen aan te pakken, zoals het gebruik van gerecycleerde materialen, de verlenging van de levensduur van het product en het vergemakkelijken van reparatie en onderhoud, ontmanteling, hergebruik en recycling.

Het instrumentarium van de EU voor een duurzaam productbeleid omvat ook verschillende maatregelen voor de aanpak van **chemische stoffen**, zoals de EU-aanpak van de registratie, evaluatie en autorisatie en beperking van chemische stoffen (REACH), de classificatie, verpakking en etikettering van chemische stoffen (CLP), de beperking van gevaarlijke chemische stoffen (RoHS) en de wetgeving inzake afvalvermindering, inzameling, verpakking en recycling.

Sinds 2015 werkt de EU aan een brede benadering van duurzamere producten door de ontwikkeling en implementatie van een zogenaamde **circulaire economie**. Sindsdien zijn er twee actieplannen met concrete maatregelen gepresenteerd, één in 2015 en één in 2020. Een circulaire economie is gericht op het elimineren van verspilling en het verzekeren van het hergebruik van hulpbronnen. Circulaire systemen maken gebruik van [hergebruik](#), [delen](#), repareren, renoveren, [herfabriceren \(refurbish\)](#) en [recyclen](#). Dit creëert een kringloopsysteem, waarbij het gebruik van [hulpbronnen](#) wordt vermindert, en waardoor eveneens [afval](#), vervuiling en koolstofuitstoot tot een minimum wordt beperkt. De circulaire



economie heeft tot doel producten, apparaten en infrastructuur langer te gebruiken, en zo de productiviteit van deze hulpbronnen te verbeteren. Alle "afval" moet "voedsel" worden voor een ander proces: ofwel een bijproduct of een teruggewonnen hulpbron voor een ander industrieel proces, ofwel een regeneratieve hulpbron voor de natuur (bijv. compost). Deze regeneratieve aanpak staat in contrast met de traditionele [lineaire economie](#), die een "take, make, dispose"-model van de productie heeft³⁹.



In dit hoofdstuk over het productbeleid geven we u informatie over de volgende onderwerpen, en hun belang voor de consument:

- Ecodesign
- Energie-etikettering
- Het EU Ecolabel
- Verlengde levensduur van de producten en betere repareerbaarheid
- Het belang van betere consumentenrechten voor een langere levensduur van producten
- Handhaving van productbeleidsregels op nationaal niveau
- Komende beleidsinitiatieven in het kader van het tweede actieplan voor de circulaire economie dat de EU de komende jaren wil ontwikkelen en uitvoeren

We nemen geen uitgebreide informatie over chemische stoffen op, omdat dit onderwerp vanwege het complexe karakter ervan een eigen opleiding vereist. Voor de deskundigen die geïnteresseerd zijn in dit gebied, zal het BEUC echter wel expertise kunnen leveren op het gebied van:

- Het regelgevingskader van de EU inzake chemische stoffen

- Chemische stoffen in consumentenproducten zoals cosmetica, speelgoed, textiel, materialen die met levensmiddelen in aanraking komen, enz.
- Tekortkomingen in de nationale handhaving met betrekking tot de eisen inzake chemische stoffen voor consumentenproducten en de daarmee samenhangende risico's voor de consument.
- Negatieve gevolgen voor de gezondheid met betrekking hormoonverstorende producten en hoe de blootstelling in ons dagelijks leven kan worden verminderd.

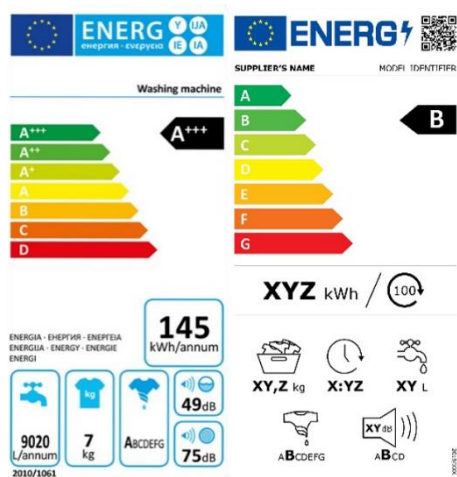
6.1. Ecodesign en energie-etikettering

Elke maand besteden consumenten een aanzienlijk deel van hun budget aan energieverbruik. Consumenten bezitten vandaag niet alleen meer energieverbruikers zoals computers, mobiele telefoons en televisies, maar ze gebruiken ze ook elke langer en gedurende meerdere uren. Deze ontwikkeling heeft de elektriciteitsrekening doen stijgen.

Tegelijkertijd worden consumenten vaak geconfronteerd met producten die reeds kort na afloop van de garantie niet meer kunnen gerepareerd worden, die te snel defect raken of waarvoor geen reserveonderdelen meer beschikbaar zijn. Veel consumenten hebben te maken met dit vroegtijdig defect van producten, ook wel 'vroegtijdige veroudering' genoemd, waardoor hun portemonnee en het milieu extra onder druk komen te staan.

Waarom ecodesign en energie-etikettering belangrijk zijn voor de consument

De Europese richtlijn inzake ecologisch ontwerp beschermt niet alleen het milieu, maar helpt de consument ook te besparen. Volgens een onderzoek dat in 2016 in opdracht van het BEUC is uitgevoerd⁶⁰, kan een gemiddeld EU-huishouden tot 330 euro per jaar besparen dankzij ecodesign en omdat producten in de loop der tijd energie-efficiënter zijn geworden.



Left: the old label; right: the new one set to appear on appliances as of 2021.
Sources: European Commission

Ecodesign streeft ook naar beter presterende producten op het gebied van hulpbronnefficiëntie gedurende de levensduur van een product, bijvoorbeeld door middel van reparatie-eisen. Het houdt ook rekening met de kwaliteit en het comfort van producten en biedt de consument meer informatie over duurzaam gebruik van producten. De verordening inzake energie-etikettering verplicht de Europese Commissie om maatregelen te nemen voor verplichte etikettering voor specifieke, energiegerelateerde productgroepen zoals wasmachines en televisies. Dit zorgt ervoor dat de consument een geïnformeerde keuze kan maken over het energieverbruik van producten in de gebruiksfase.

⁶⁰ http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109benefits_of_ecodesign_for_eu_households_executive_summary.pdf

Hoewel het Energielabel al tientallen jaren bestaat, heeft een herziening in 2010 de transparantie en begrijpbaarheid ervan in het gedrang gebracht toen de extra klassen A+, A++ en A+++ werden ingevoerd.

Door deze herziening zijn de eenvoudige raadgevingen aan de consument - zoals "koop groen" of "koop A" - verloren gegaan. De verwarring onder de consumenten heeft zo het vermogen van het energieschema om de markt naar energie-efficiëntere toestellen te leiden, ondermijnt. In 2017 werd een nieuw kader voor energie-etikettering vastgesteld om het label zo snel mogelijk terug naar de bekende gesloten A-G-etiketschaal te brengen.

Politieke agenda - EU-niveau

Tot de meest cruciale beleidsinstrumenten voor de consument op de EU-beleidsagenda behoren de **richtlijn 2009/125/EG inzake ecologisch ontwerp** en de **EU-energie-etiketteringsrichtlijn 2010/30/EU**. Deze twee instrumenten hebben betrekking op energiegerelateerde producten, variërend van wasmachines tot stofzuigers en boilers.

In maart 2020 lanceerde de EU haar **actieplan voor de circulaire economie**, waarin wordt aangegeven dat in het kader van een duurzaam productbeleid ook aandacht moet worden besteed aan de duurzaamheid, opwaardering, herstelbaarheid en herbruikbaarheid van producten en dat meer producten onder de richtlijn inzake ecologisch ontwerp moeten vallen, met name ICT-producten en textiel.

Het EU-proces ter verbetering van de **energie-efficiëntie** van consumentenproducten is in 2005 van start gegaan en heeft geleid tot de vaststelling van de ecodesignrichtlijn 2009/125/EG⁶¹, die een kader vaststelt voor de verbetering van de milieuprestaties van producten zoals huishoudelijke apparaten, variërend van stofzuigers en verlichting tot boilers.

In het kader van de huidige EU-richtlijn inzake ecologisch ontwerp⁶² heeft de Europese Commissie de opdracht gekregen om niet alleen de energie-efficiëntie, maar ook de **hulpbronnefficiëntie** (duurzaamheid, herstelbaarheid, recycleerbaarheid, opwaardeerbaarheid, ...) te regelen⁶³. Door het optimaliseren van de duurzaamheid van de producten, met behoud van hun functionele kwaliteiten, biedt de



⁶¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009L0125>

⁶² Richtlijn 2005/32/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende de totstandbrenging van een kader voor het vaststellen van eisen inzake ecologisch ontwerp voor energieverbruikende producten en tot wijziging van Richtlijn 92/42/EEG van de Raad en de Richtlijnen 96/57/EG en 2000/55/EG van het Europees Parlement en de Raad.

⁶³ Voor een lijst van de behandelde productgroepen zie: <https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/ecodesign/>

richtlijn inzake ecologisch ontwerp nieuwe mogelijkheden aan fabrikanten, consumenten en de samenleving als geheel ⁶⁴.

Zowel het Europees Parlement als de Raad benadrukken het belang van ecologisch ontwerp en energie-etikettering. Ze hebben de Commissie verzocht een nieuw werkplan voor ecodesign (2020-2024) goed te keuren, en ook nieuwe productgroepen op te nemen die geen energiegerelateerde producten zijn, met name ICT-producten.

De Europese Raad en het Europees Parlement hebben ook benadrukt⁶⁵ dat er een nieuw wetgevingsvoorstel voor een samenhangend productbeleidskader moet komen, waardoor producten langer gebruikt kunnen worden en materialen zo lang mogelijk in de economische kringloop kunnen blijven.

Politieke agenda op nationaal niveau

Meer uitleg over de verandering in de energielabels vindt u hier op de website van de FOD Economie: <https://economie.fgov.be/nl/themas/energie/energiebeleid/europese-context/energiebeleid-van-de-eu/energie-efficientie/aanduiding-van-de-energie>.

Meer uitleg over het ecologisch ontwerp (ecodesign) vindt u hier op de website van de FOD Leefmilieu: <https://www.health.belgium.be/nl/milieu/producten-vermarkten/ecologisch-ontwerp>. De FOD zet zich met name in voor de verbetering van de normen rond bouwproducten (wet van 21 december 1998 betreffende de productnormen ter bevordering van duurzame productie- en consumptiepatronen en ter bescherming van het leefmilieu).

Betrokkenheid van consumentenorganisaties

a) Draag als stakeholder bij aan de criteria voor ecodesign en aan de regelgeving – De ecodesign wetgeving eist dat de Europese Commissie met belanghebbenden, waaronder consumentenorganisaties, overlegt bij de vaststelling en herziening van productcriteria voor ecologisch ontwerp en ecolabels.

Artikel 18 van de ecodesign-richtlijn bepaalt dat:

"De Commissie draagt er zorg voor dat zij bij de uitvoering van haar activiteiten ten aanzien van iedere uitvoeringsmaatregel oog heeft voor een evenwichtige deelname van vertegenwoordigers van de lidstaten en alle belanghebbende partijen van dat product of die productgroep zoals het bedrijfsleven, met inbegrip van kleine en middelgrote ondernemingen, de ambachtelijke industrie, handelaars, kleinhandelaars, importeurs, milieuorganisaties en consumentenorganisaties. "

Bij de opstelling van het nieuwe werkplan 2020-2024 hebben consumentenorganisaties de mogelijkheid om bij te dragen aan de vaststelling van nieuwe criteria voor productgroepen

⁶⁴ Zie het werkplan voor ecologisch ontwerp 2012-2014, werkdocument van de diensten van de Commissie, Vaststelling van het werkplan 2012-2014 in het kader van de richtlijn inzake ecologisch ontwerp, blz. 1.

⁶⁵ Zie de resolutie van 15 januari 2020 naar aanleiding van de mededeling van de Europese Commissie over een Europese "Green Deal".

die nog niet onder het toepassingsgebied van het ecologisch ontwerp vallen, zoals ICT-producten, en om bestaande maatregelen te herzien of verplicht te maken.

Via het ecodesign-overlegforum, een officieel forum waar dit beleid met belanghebbenden wordt besproken, krijgen consumentenorganisaties de gelegenheid om commentaar te geven op horizontale kwesties, waaronder:

- het werkplan 2020-2024
- de methode voor de ontwikkeling van criteria voor ecologisch ontwerp (MEERP)
- het scoresysteem voor reparatie
- de mogelijke herziening van de ecodesign-richtlijn 2009/125/EG
- de doeltreffendheid van het markttoezicht

b) Communiceer over de nieuwe regelingen en etiketten - Vanwege de veranderingen als gevolg van de etikettering en omdat er verschillende etiketten naast elkaar zullen bestaan, zal de voorlichting en educatie van de consument van het grootste belang zijn om de consument te helpen meer vertrouwd te raken met deze regelingen en etiketten.

c) Spreek beleidsmakers aan- Bij de ontwikkeling van energie-etiketteringsmaatregelen zullen beleidsmakers goed rekening moeten houden met de belangen van **de consument**. Dit kan worden bereikt door:

- Input geven aan de technische voorbereiding en deelnemen aan stakeholderoverleg betreffende het herschalen van de labels.
- Advies geven aan de Europese Commissie over hoe beter gecommuniceerd kan worden over de voordelen van het energie-etiket voor de consument.
- Deelnemen aan projecten ter bevordering van het energielabel. Zo leiden de consumentenorganisaties, het BELT-project⁶⁶, Boost the Energy Label Take up. Dit project bevordert het gebruik van efficiëntere energiegerelateerde producten te bevorderen.

Andere bronnen - factsheets, publicaties, links

- **BELT - Boost Energy Label Take up:** <https://www.belt-project.eu/>

BELT is een project dat wordt gefinancierd door het **EU-programma Horizon 2020** en dat tot doel heeft het gebruik van efficiëntere energiegerelateerde producten te bevorderen. Het doel is om **de overgangsperiode van het oude energielabel naar het nieuwe te vergemakkelijken**. Dankzij BELT zal het overgangsproces naar het nieuwe aangepaste label gemakkelijker verlopen en zullen fabrikanten, distributeurs en detailhandelaars gemakkelijker opleidingen kunnen volgen en technische begeleiding krijgen. Verwarring en fouten bij de consumenten en bij het overheids- en bedrijfs personeel zullen worden

⁶⁶ <https://www.belt-project.eu/>

vermeden door duidelijke en doelgerichte communicatiecampagnes. Verdere bevindingen van het project zullen op een later tijdstip bij het BEUC beschikbaar zijn.

- **Financiële besparingen door Ecodesign, onderzoek in opdracht van BEUC:** <http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109-benefits-of-ecodesign-for-eu-households-executive-summary.pdf>

Belangrijkste bevindingen:

- De consument bespaart elk jaar tot €330 dankzij Ecodesign. Dit komt omdat de EU-wetgeving fabrikanten in staat heeft gesteld om minder energieverslindende producten te produceren.
 - De besparing van de consument kan oplopen tot meer dan € 450 per jaar als hij kiest voor een product dat tot de topklasse van het energielabel behoort.
 - Ecodesign kan ook helpen bij het verbeteren van consumentenproducten, zoals het stiller maken van stofzuigers.
- **BEUC Factsheet over het Energielabel** - <https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-120-new-energy-label-back-to-the-a-g-scale.pdf>
 - In maart 2017 hebben de instellingen van de Europese Unie het energielabel geactualiseerd. In de toekomst zullen de consumenten genieten van een eenvoudiger A-G-schaal die de verwarrende A+, A++ en A+++-klassen zal vervangen. Deze factsheet belicht de belangrijkste veranderingen, positieve aspecten en uitdagingen die met de herschikking gepaard zullen gaan.

6.2. Ecolabels

Het EU-ecolabel is gelanceerd in 1992 als een vrijwillig Europees keurmerk, dat tot doel heeft de consument groenere en gezondere keuzes te laten maken.

Meer dan 77.000 producten en diensten in 24 verschillende categorieën dragen nu de ecolabel, een cijfer dat sinds 2016 bijna is verdubbeld. Dit varieert van babykleding en schoonmaakproducten tot tv's, verf, shampoos, houten vloeren, kopieerpapier of accommodatie. Producten en diensten moeten voldoen aan een lijst met milieu- en gezondheidscriteria vooraleer ze het logo (afgebeeld met een bloem) kunnen dragen. Deze criteria variëren van duurzaamheid van het product tot de blootstelling aan giftige chemicaliën.

In de EU zijn er andere officieel erkende nationale of regionale milieulabels die gelijkwaardig zijn aan het EU-ecolabel, zoals de Nordic Swan in de Noorse landen, der Blauer Engel in Duitsland of het Oostenrijkse ecolabel⁶⁷.

⁶⁷ Voor een inventaris van andere nationale officieel erkende labels in de EU kan [deze studie van de Commissie](#) worden geraadpleegd.



Waarom het voor de consument belangrijk is

Het ecolabel helpt de consument gemakkelijk die producten en diensten te identificeren die bij de 10-20% van de meest milieuvriendelijke producten en diensten zijn. 8 van de 10 klanten die het EU-ecolabel kennen, vertrouwen dit al⁶⁸.

Het Ecolabel zet fabrikanten ertoe aan om een stapje verder te gaan. Alleen producten die beter presteren voor het milieu en de gezondheid dan de wet voorschrijft, kunnen het label dragen. Bedrijven moeten rekening houden met de effecten van het product of de diensten op hun hele levenscyclus, van productie tot recycling of verwijdering, en ervoor zorgen dat de producten voldoen aan hoogwaardige prestatiedrempels.

Het EU- ecolabel is een maatstaf voor bedrijven die hun producten willen verbeteren, zelfs als ze geen aanvraag indienen om het label te mogen dragen. Het label speelt zo een belangrijke rol binnen het bredere productbeleidskader van de EU als een instrument om de markt te verduurzamen. Dit betekent dat alle consumenten betere, groenere producten en diensten krijgen.

Het label is betrouwbaar - fabrikanten kunnen het label pas gebruiken nadat een nationale autoriteit heeft gecontroleerd of het product of de dienst daadwerkelijk "groen" is. Daartoe zorgen zij ervoor dat het product voldoet aan de eisen, die regelmatig worden aangepast aan de technologische vooruitgang.

Politieke agenda van de EU

In het nieuwe **circulaire economie-actieplan** zijn belangrijke regelgevende en niet-regelgevende initiatieven voorgesteld die kunnen voortbouwen op de eisen die in de EU-ecolabelverordening nr. 66/2010 voor verschillende productgroepen en diensten zijn vastgesteld. Met name het **kader voor een duurzaam productbeleid** zal de richtlijn inzake ecologisch ontwerp uitbreiden tot andere dan energiegerelateerde producten. Het kan de bestaande ecolabelcriteria inzake duurzaamheid, of de vervanging van gevaarlijke chemische stoffen in producten zoals textiel of meubelen, integreren.

Er zullen nieuwe wetgevende en niet-regelgevende maatregelen worden voorgesteld om de consument beter te ondersteunen met betrouwbare informatie over de duurzaamheidsresultaten van producten. Dit kan een goede gelegenheid - zijn om het EU-

⁶⁸ [Speciale Eurobarometer 468: De houding van de Europese burgers ten opzichte van het milieu](#), NOVEMBER 2017.

ecolabel te versterken. Bedrijven zullen met name hun groene claims moeten onderbouwen en er zullen minimumeisen voor duurzaamheidskeurmerken worden vastgesteld. Er is ook een afzonderlijk juridisch initiatief gepland om de consument beter te beschermen tegen greenwashing.

De Commissie breidt het toepassingsgebied van de EU-ecolabel momenteel uit tot duurzame financiële retailproducten (bv. spaarrekeningen of beleggingsfondsen) en alle cosmetica. In het werkplan 2020-2022 zou ook kunnen worden overwogen om aanvullende diensten op te nemen, zoals hernieuwbare energie uit nieuwe installaties of zonnepanelen. Naast de uitbreiding van de ecolabel-portefeuille wil de Commissie zich focussen op het vergroten van het gebruik van bestaande criteria door de industrie. Zij zal meer marketing- en communicatieactiviteiten ontplooiën ten aanzien van consumenten en openbare aanbesteders. Zij zal ook het gebruik van het ecolabel bevorderen via financiële stimulansen, zoals groene overheidsopdrachten of, in voorkomend geval, een grotere verantwoordelijkheid van de producent. In dit proces vraagt de Commissie de steun van de lidstaten en stakeholders, zoals consumentenorganisaties.

De EU-instellingen en de lidstaten kunnen het volgende doen om het gebruik van ecolabels te stimuleren:

- Vergroot het publieke bewustzijn, en trek detailhandelaars en koplopers aan door betere marketinginspanningen.
- Versterk het ecolabel-kader door meer goederen en diensten op te nemen die relevant zijn voor de consument en voor groene overheidsopdrachten.
- Geef het goede voorbeeld en koop groene producten die zijn gecertificeerd met het EU-ecolabel of gelijkwaardige regionale of nationale keurmerken, zoals de Nordic Swan, der Blauer Engel of het Oostenrijkse ecolabel.
- Behoud van de uitstekende milieukwaliteit van de regeling, door te zorgen voor ambitieuze criteria op alle gebieden die relevant zijn voor het milieu en de gezondheid.
- Wijs voldoende personele en financiële middelen toe om de goede werking van het systeem te waarborgen, en versterk de samenwerking met de officieel erkende regionale en nationale ecolabels om de bestaande middelen te optimaliseren.

Politieke agenda op nationaal niveau

De Belgische website van het EU-Ecolabel vindt u hier: <https://www.ecolabel.be/nl>. De Belgische bevoegde instantie die de aanvraagdossiers voor België moet ontvangen en onderzoeken is de FOD Leefmilieu. Een comité van deskundige belanghebbenden (bedrijven, BV-OECO, Test Aankoop, milieu-NGO's) staat het comité bij.

Er bestaan een aantal Belgische keurmerken die als aanvulling op de Europese keurmerken kunnen gebruikt worden. De overheid neemt hier echter geen sturende rol in. Het gaat meestal om privé-initiatieven. Het gaat hier onder meer om het “[biogarantie](#)”-keurmerk (gecreëerd in 1987). Dit label gaat over voedingsproducten die lokaal gekweekt zijn, traceerbaar zijn, en een faire prijs aan de landbouwer biedt. Het [ecogarantielabel](#) is een Belgisch keurmerk bestemd voor cosmetica en verzorgingsproducten, voor wasmiddelen en zeezout. Een overzicht van alle labels kan gevonden worden op [labelinfo.be](#). Ook in de [guedesachatsdurables.be](#) wordt een overzicht gegeven van de verschillende kwaliteitslabels per type product (textiel, huishoudapparaten,...).

Betrokkenheid van consumentenorganisaties

Enkele van de belangrijkste rollen voor consumentenorganisaties zijn:

- Zet de overheid **ertoe aan meer promotieactiviteiten te ontplooiën**, waardoor het bewustzijn van de consument ten aanzien van het ecolabel kan worden vergroot, en het publiek voor goederen en diensten met het ecolabel kan worden vergroot.
- **Eis dat detailhandelaars en bedrijven meer producten met een ecolabel aan de consument aanbieden** en hun milieueclaims onderbouwen met betrouwbare certificeringsregelingen, zoals de EU-ecolabel.
- **Neem deel aan discussies die de criteria vaststellen**, zo zorg je ervoor dat alleen producten van topkwaliteit op het gebied van milieu het bloemen-logo dragen. Als lid van de Raad voor het EU-Ecolabel heeft het BEUC inspraak in de ontwikkeling van de ecolabelcriteria en levert het een bijdrage aan het besluitvormingsproces van de consumentenorganisaties. Het Bureau voor het EU Ecolabel brengt ook de Europese Commissie, de lidstaten, milieu-NGO's, de industrie en de detailhandel bij elkaar.
- **Help om het EU-ecolabel beter bekend te maken⁶⁹ en consumenten te informeren over** welke keurmerken zij moeten vertrouwen en welke bedrijven hun producten “greenwashen”. Door de toenemende vraag naar duurzamere producten is er immers een toename van initiatieven om deze te etiketteren, evenals een toename van “greenwashing”, waardoor consumenten worden misleid om goederen te kopen die niet zo groen zijn als ze beweren. Er zijn nu

⁶⁹ [De Commissie heeft een digitale toolkit ontwikkeld met relevant informatie- en communicatiemateriaal voor organisaties die het EU- Ecolabel willen promoten. BEUC stelt regelmatig communicatiemateriaal voor dat door consumentenorganisaties kan worden gebruikt, zoals de voorjaarscampagne voor was- en reinigingsmiddelen of de vakantiecampagne voor toeristische accommodaties. Geïnteresseerde organisaties kunnen contact opnemen met het BEUC-secretariaat voor alle vragen en informatie die nodig zijn om de EU-milieukeur te promoten.](#)

wereldwijd meer dan 500 van keurmerken in gebruik⁷⁰, en 3 van de 4 producten in de EU hebben een milieucclaim⁷¹. Als gevolg daarvan voelen consumenten zich vaak verloren wanneer ze moeten kiezen tussen verschillende "groene" opties en kunnen ze onbewust kiezen voor een product dat verre van "groen" of ethisch verantwoord is.

Verdere bronnen betreffende het ecolabel

- **BEUC Factsheet over de EU-ecolabel** - https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-056_ecolabel_factsheet.pdf
- **Feiten, cijfers en grafieken van de EU-ecolabel** - <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>
- **EU-infografiek over het EU ecolabel** - https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/label_you_can_trust.pdf

6.3. Voortijdige veroudering

Waarom het voor de consument belangrijk is

De huidige consumptiepatronen worden gekenmerkt door twee trends: Consumenten bezitten meer producten dan in het verleden. Deze producten worden bovendien deels voor kortere periodes gebruikt. Kortere gebruikstijden en snellere vervangingspercentages leiden tot een toenemende druk op de productiemiddelen. Uit studies waarin de gebruiksduur van producten wordt geanalyseerd, blijkt dat deze de afgelopen jaren afneemt. Het is echter nog niet helemaal duidelijk waarom consumenten vaker dan in het verleden producten moeten vervangen. Dit kan verband houden met veranderende consumentenvoorkeuren, vroegtijdige defecten van producten en marketingdruk die het consumentisme aanwakkert. Opvallend is dat, ondanks het feit dat sommige producten na een korte gebruikperiode worden vervangen, uit verschillende studies blijkt dat de consumenten wensen dat de producten aanzienlijk langer meegaan⁷² en dat informatie over de duurzaamheid van de producten voor hen van belang is⁷³. Bovendien zijn veel consumenten gefrustreerd als de

⁷⁰ Gruère, G (2013), "A Characterisation of Environmental Labelling and Information Schemes", OECD Environment Working Papers, No. 62, OECD Publishing, Parijs.

⁷¹ Ibid

⁷² Arbeiterkammer Wien: De gebruikstijd en de veroudering van duurzame goederen in het tijdperk van de versnelling. Een empirisch onderzoek onder Oostenrijkse huishoudens.

⁷³ Europese Commissie (2013): Flash Eurobarometer 367 - De houding van de Europeanen ten aanzien van de opbouw van de interne markt voor producten geeft aan dat "meer dan negen van de tien respondenten het erover eens zijn dat de levensduur van op de markt verkrijgbare producten moet worden aangegeven (92%). http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_en.pdf

producten die zij hebben gekocht niet aan hun verwachtingen voldoen⁷⁴. Maar al te vaak gaan producten die nodig zijn voor een gemakkelijke levensstijl, zoals wasmachines⁷⁵, elektrische tandenborstels⁷⁶, tv's⁷⁷, printers en smartphones⁷⁸, kort na afloop van de garantieperiode stuk⁷⁹ en kunnen ze niet worden gerepareerd. Hierdoor komt het budget van de consument en het milieu steeds meer onder druk te staan. Hierbij moet eveneens rekening worden gehouden dergelijk vroegtijdig defect plaatsvindt bij verschillende productgroepen en dat dit tot gecombineerde effecten kan leiden.

Veroudering is een probleem dat uit verschillende facetten bestaat. Het falen van de producten kan een opzettelijke of onopzettelijke oorzaak hebben, zoals een slecht ontwerp, de onmogelijkheid om software-updates te ontvangen, of om onderhouden of hersteld te worden. Soms vervangt de consument ook het toestel omdat hij – hoewel het nog functioneert- ontevreden is over de werking ervan.

Politieke agenda - EU-niveau

De EU is begonnen met het aanpakken van het probleem van vroegtijdig defecte producten door middel van haar circulaire actieplannen voor de economie (zie de inleiding en het hoofdstuk over ecodesign hierboven). Het bevat een bijlage met een tijdschema en zeer concrete maatregelen die in de komende jaren zullen worden ingevoerd en die consumentenorganisaties veel mogelijkheden bieden om met concrete voorstellen te komen die tot verbeteringen zullen leiden⁸⁰.

Bovendien hebben sommige EU-landen al maatregelen genomen met betrekking tot aspecten die de vroegtijdige veroudering kunnen tegengaan:

⁷⁴ Ongeveer een derde van alle wasmachines en koelkasten, en een kwart van alle stofzuigers die elk jaar in het Verenigd Koninkrijk worden vervangen, voldeed niet aan de verwachtingen van de gemiddelde klant voor de levensduur van elk product. Zie WRAP: Overgeschakeld op Waarde. Waarom het verlengen van de levensduur van apparaten en consumentenelektronica en het verhandelen van gebruikte producten gunstig kan zijn voor consumenten, detailhandelaren, leveranciers en het milieu, <http://www.wrap.org.uk/content/switched-value>.

In een onderzoek van AK Wien bij Oostenrijkse consumenten gaf 45% van de respondenten aan tevreden te zijn met de huidige levensduur van de producten, maar bijna 30% zei eerder ontevreden te zijn.

http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Bericht_Produktnutzungsdauer.pdf

⁷⁵ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1014_DECO_Portugal.pdf

⁷⁶ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1013_Test_Achats_Belgium.pdf

⁷⁷ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/0913_Stiftung_Warentest_Germany.pdf

⁷⁸ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/conference/presentations/Gerjan_int_Veld.pdf

⁷⁹ Hoewel er geen statistische gegevens over de uitsplitsingspercentages voor de hele EU bestaan, doet het Duitse federale milieuagentschap onderzoek naar de levensduur van producten. Voorlopige resultaten wijzen erop dat het aantal kleine apparaten dat geen levensduur van 5 jaar bereikt, toeneemt en dat de levensduur van grote apparaten - terwijl deze nog steeds boven de 10 jaar ligt - afneemt. Bovendien heeft meer dan 10% van de wasmachines in 2013 slechts een levensduur van 5 jaar of minder bereikt, vergeleken met 6% in 2004.

Meer:

http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_10_2015_einfluss_der_nutzungsdauer_von_produkten_auf_ihre_umwelt_obsoleszenz_17.3.2015.pdf

Prakash, Siddharth; Stamminger Rainer & Ines Oehme (2015): Faktencheck Obsolescence: Analysis of the development of the life and service life of selected electrical and electronic appliances. In: Brönneke, Tobias en Andrea Wechsler: Achterhaaldheid interdisciplinair. Voortijdige slijtage vanuit het perspectief van de wetenschap en de praktijk.

⁸⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>

- Langere garanties voor sommige productcategorieën (Nederland, Finland, Zweden, IJsland, Noorwegen, Ierland en het Verenigd Koninkrijk).
- Het wettelijk verbod op geplande veroudering in Frankrijk en de recente handhavingsmaatregelen die in Italië⁸¹ en Frankrijk⁸² door de nationale autoriteiten zijn genomen op basis van de richtlijn betreffende oneerlijke handelspraktijken.
- Lagere BTW voor reparatiewerkzaamheden in Zweden.

Andere landen hebben er echter op aangedrongen de problemen op Europees niveau aan te pakken (België en Duitsland). Daarom wordt in het actieplan voor de circulaire economie specifiek melding gemaakt van het tegengaan van geplande veroudering. Het EU-actieplan voor de circulaire economie bevat ook plannen voor toekomstige maatregelen zoals:

- **Meer producten zullen duurzaam worden.** Dankzij het toekomstige 'Sustainable Product Policy Framework' zullen naar verwachting veel meer consumentenproducten - zoals smartphones en computers - duurzamer, herbruikbaar, upgradebaar, repareerbaar en recyclebaar zijn.
- Van **sterk vervuilende sectoren** - zoals textiel en gebouwen - wordt verwacht dat ze efficiënter met grondstoffen omgaan. De aanpak om regels voor specifieke sectoren te ontwikkelen, is geïnspireerd op het veelbesproken verbod op het gebruik van kunststoffen voor eenmalig gebruik dat de EU-instellingen vorig jaar in recordtijd hebben doorgedrukt.
- **Het 'recht op reparatie' van de consument krijgt een boost.** Meer consumentenproducten zullen gemakkelijk te repareren en te upgraden moeten zijn. Smartphones, koffiemachines en printers moeten prioriteit krijgen omdat ze bovenaan de lijst van consumentenklachten in heel Europa staan.
- **Consumenten krijgen meer betrouwbare informatie over duurzaamheid en herstelbaarheid.** In de toekomst zullen bedrijven bijvoorbeeld op het verkooppunt moeten bekendmaken hoe lang hun producten meegaan of hoe lang reserveonderdelen beschikbaar zullen zijn.
- De consument wordt **beter beschermd tegen greenwashing en vroegtijdige veroudering.** De Europese Unie streeft er bijvoorbeeld naar om ongefundeerde milieueclaims en oneerlijke gevallen van voortijdige veroudering beter aan te pakken.
- **Gevaarlijke chemicaliën** zullen worden aangepakt zodat ze niet in gerecycleerde producten blijven zitten.

⁸¹ In 2018 heeft de Italiaanse consumenten- en mededingingsautoriteit (AGCM) Apple en Samsung beboet voor respectievelijk 10 en 5 miljoen euro voor oneerlijke handelspraktijken (zie [hier](#) voor meer informatie). In mei 2020 werd het besluit tegen Apple bekrachtigd door de rechtbank van Lazio in Italië (zie het arrest [hier](#)).

⁸² In februari 2020 heeft de Franse overheid (DGCCRF) Apple een boete van 25 miljoen euro opgelegd omdat het de consumenten niet had geïnformeerd over het feit dat hun iPhone-update de prestaties van het apparaat zou beïnvloeden, wat een oneerlijke handelspraktijk was (zie [hier](#) voor meer informatie).

De Europese Commissie wil een reparatiecultuur creëren; de meest recente uitvoeringsmaatregelen van de ecodesign-richtlijn laten zien dat er concrete maatregelen kunnen worden genomen om de levensduur van producten te verlengen door "reparatie" mogelijk te maken. Voor verschillende productcategorieën moeten reserveonderdelen gedurende beschikbaar blijven, en de informatie over reparatie en onderhoud moet toegankelijk zijn.

Voortbouwend op de bestaande maatregelen kan het Europese "recht op herstel", dat voor het eerst op ICT-producten zal worden toegepast, bestaan uit:

- Toegankelijkheid van reserveonderdelen, ten minste zo lang als de verwachte levensduur van de producten. De uitbreiding van reserveonderdelen naar softwareonderdelen is mogelijk en is momenteel van toepassing op bedrijfs-servers.
- Toegankelijkheid van reparatie- en onderhoudshandleidingen
- Ontwerp voor repareerbaarheid, met gemakkelijke toegang tot onderdelen die moeten worden gerepareerd
- Informatie over de herstelbaarheid van het product op het verkooppunt, mogelijk in de vorm van een reparatiescore

Politieke agenda op nationaal niveau

Zoals aangegeven pleitte België voor een Europese aanpak. Er zijn bij de FOD Economie wel werkgroepen geweest die over mogelijke maatregelen onderhandelde. Een oplossing werd echter niet gevonden in deze werkgroep. Het uitgangspunt van de gesprekken in deze werkgroep, was de volgende studie: <https://www.rdcenvironment.be/obsolescence-programmee-etude/>.

De Federale Raad voor Duurzame Ontwikkeling en de Bijzondere Raadgevende Commissie "verbruik" (opgericht binnen de Centrale Raad Bedrijfsleven) hebben een [advies uitgebracht over drie wetsontwerpen inzake geplande veroudering](#), namelijk :

- Wetsvoorstel om geprogrammeerde veroudering tegen te gaan en de reparatie-economie te ondersteunen;
- Wetsvoorstel tot wijziging van het Burgerlijk Wetboek en het Wetboek van Economische Wetgeving, gericht op het bestrijden van geprogrammeerde en vroegtijdige veroudering en het vergroten van de reparatiemogelijkheden ;
- Wetsvoorstel om georganiseerde veroudering tegen te gaan en de circulaire economie te ondersteunen.

Dit thema werd in 3 delen behandeld:

- De levensduur van producten;
- De herstelbaarheid en beschikbaarheid van reserveonderdelen;
- Consumenteninformatie.

De leden van de raad waren echter niet in staat om het begrip "geplande veroudering" te definiëren, maar waren er wel voorstander van om een definitie vast te stellen en dit als een misleidende handelspraktijk te bestraffen. In het regeerakkoord van De Croo (2020) wordt inderdaad gesteld dat "geprogrammeerde veroudering moet worden bestraft als een oneerlijke handelspraktijk".

Rol van de consumentenorganisaties

Gezien de complexiteit van deze problematiek zijn consumentenorganisaties, naast academici en professionele reparateurs, betrokken bij een onderzoeksproject PROMPT⁸³. Dit project ontwikkelt testprogramma met betrekking tot vroegtijdige veroudering (de pilootprojecten zijn gericht op mobiele telefoons, stofzuigers, tv's en wasmachines).

Het PROMPT-project heeft tot doel:

- Consolidatie van consumentenklachten door middel van het verzamelen van feedbacks bij online platforms over slecht presterende producten in termen van duurzaamheid en herstelbaarheid, en door een webcrawler die in staat is om consumentenbeoordelingen van producten te scannen op online retailing platforms.
- Het aanbieden van een testmethode die het mogelijk maakt om ondermaatse producten te markeren om zo de keuze van de consument te oriënteren.
- Het informeren van de industrie over best practices en ontwerpstrategieën om vroegtijdige veroudering te voorkomen.

Verdere middelen over vroegtijdige veroudering

- **BEUC Factsheet over vroegtijdige veroudering:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-057_premature_obsolescence.pdf
- **Nieuw EU-actieplan voor de circulaire economie:**
https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf
- **PROMPT factsheet :** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-063_prompt_testing_products_to_promote_longer_lifetime.pdf

⁸³ <https://prompt-project.eu/>

Voortijdige veroudering:

België - Consumentenorganisatie *Test Aankoop* voerde een sensibiliseringscampagne onder de naam "[tropviteusé](#)" / "Terapkapot", waarin de aandacht werd gevestigd op vervroegde veroudering (producten gaan snel stuk) en onherstelbaarheid van producten. In onder meer een videocampagne worden consumenten aangemoedigd zich aan te melden voor producten die ze te snel stuk gingen.



Consumentenadvies over producten:

- **Frankrijk** - Advies aan de consument over [hoe het energieverbruik](#) door middel van producten [kan worden verminderd](#)
- **Spanje** - Een [studie waarin platforms](#) voor het kopen en verkopen van tweedehands producten [worden vergeleken](#)

7. HANDHAVING - DUURZAAMHEID VAN PRODUCTEN

7.1. Misleidende groene beweringen over producten en mogelijke handhavingskwesties

Waarom is dit van belang zijn voor de consument?

Een steeds groter aantal handelaars profiteert van de groeiende belangstelling van de consument voor milieukwesties en gebruikt groene claims om zich te onderscheiden van hun concurrenten. Volgens het *EU-consumer conditions scoreboard*⁸⁴ van november 2019 zegt meer dan de helft van de consumenten in de EU te kijken naar milieucclaims bij hun aankopen.

De consumenten worden dus geconfronteerd met een toename van het aantal groene claims. Veel daarvan zijn twijfelachtig (omdat ze niet onderbouwd zijn of niet kunnen worden onderbouwd), en zelfs misleidend. Deze situatie leidt tot verwarring en wantrouwen bij de consumenten en brengt hun actieve bijdrage aan de overgang naar de groene economie in gevaar. Volgens een in maart 2020 gepubliceerde Eurobarometer-enquête⁸⁵ over milieucclaims in de kledingsector gelooft een meerderheid van de consumenten dat veel producten claimen milieuvriendelijk te zijn, maar vertrouwt ze de groene claims niet.

Politieke agenda - EU-niveau

Op EU-niveau⁸⁶ is de **richtlijn inzake oneerlijke handelspraktijken** (Richtlijn 2005/29/EG, UCPD) de belangrijkste horizontale wetgeving die van toepassing is op milieucclaims. Het is het referentiepunt dat wordt gebruikt om vast te stellen of een claim misleidend is, hetzij door zijn inhoud, hetzij door de wijze waarop hij aan de consument wordt gepresenteerd. Afgezien van het algemene verbod op misleidende praktijken, staan verschillende praktijken die relevant zijn voor groene claims op de zwarte lijst in bijlage 1 bij de richtlijn.

In een poging om de doeltreffendheid van de UCPD ten aanzien van misleidende milieucclaims te vergroten, heeft de EU⁸⁷ in 2016 ook de **UCPD-richtsnoeren** geactualiseerd op basis van de werkzaamheden van de multistakeholdersgroep en de richtsnoeren die door verschillende nationale instanties zijn gepubliceerd.

Naast de UCPD heeft ook andere specifieke EU-wetgeving gevolgen voor groene claims (bv. Richtlijn 2012/27 inzake energie-efficiëntie, Richtlijn 2010/31/EU betreffende de energieprestatie van gebouwen, enz.)

⁸⁴https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-conditions-scoreboard-consumers-home-single-market-2019-edition_en

⁸⁵<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

⁸⁶<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁸⁷<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>

In september 2019 benadrukte voorzitter Van der Leyen in haar missiebrief aan de nieuwe commissaris voor Justitie Reynders⁸⁸ dat "nieuwe manieren moeten worden gevonden om consumenten in staat te stellen weloverwogen keuzes te maken en een actieve rol te spelen in de groene overgang". In december 2019 wees de **Europese mededeling over de "Green Deal"**⁸⁹ erop dat "betrouwbare, vergelijkbare en controleerbare informatie (...) een belangrijke rol speelt om kopers in staat te stellen duurzamere beslissingen te nemen en het risico van "greenwashen" te verminderen". Bij deze gelegenheid kondigde de Commissie aan dat zij ernaar streeft "haar regelgevende en niet-regelgevende inspanningen om valse groene beweringen aan te pakken, op te voeren". In januari 2020 heeft de EU-consumententop een workshop gewijd aan de "strijd tegen greenwashing" en werd er besproken welke oplossingen het EU-consumentenbeleid kan bieden om misleidende groene claims aan te pakken. In april 2020 heeft de Europese Commissie een nieuw **circulair actieplan voor de economie**⁹⁰ gepubliceerd, dat nieuwe maatregelen bevat om valse milieucclaims aan te pakken. De Commissie kondigde ook een nieuw wetgevingsinstrument aan om "de consument mondig te maken voor de groene overgang".

Politieke agenda op nationaal niveau

Op nationaal niveau hebben sommige lidstaten onlangs hun strijd tegen misleidende groene beweringen versterkt (bijvoorbeeld Frankrijk in februari 2020). De nationale regelgevers hebben ook verschillende richtsnoeren voor groene claims gepubliceerd (de Deense consumentenombudsman, het Franse ministerie van Economische Zaken, het Britse ministerie van Milieu, enz.)

Artikel VI.93 van het Wetboek Economisch recht verbiedt in België alle misleidende reclame.

De **FOD Economie** wou in 2019 een aantal richtsnoeren opstellen om aan te geven op welke manier de inspectie dergelijke klachten zou onderzoeken. Dit was echter niet succesvol omdat de sectoren de voorkeur geven aan de bestaande milieureclamecode binnen het JEP. Momenteel kan er bij de FOD Economie klacht worden ingediend via het [meldpunt](#), via het scenario betreffende bedrieglijke reclame. De FOD Economie ontvangt hier ongeveer 2 klachten per jaar over.

Het **JEP**, evenals de producenten claimen dat het beter is dat het JEP dergelijke richtsnoer opstelt. Het JEP heeft inderdaad een [milieureclamecode](#) opgesteld. De milieureclamecode van het JEP stelt dat "in een eerste fase zal de milieureclamecode inhoudelijk worden getoetst op haar doeltreffendheid. Dieneinde zal spoedig door de commissie een controlesysteem worden opgezet. Hiermee zal het succes van het zelfregulerend karakter van de code worden geëvalueerd. Indien de Commissie vaststelt dat de Milieureclamecode uiteindelijk niet wordt nageleefd, dan zal de Commissie de mogelijkheden onderzoeken om er een meer dwingend karakter aan te geven.". Er zijn ongeveer 2 klachten per jaar bij het JEP over deze producten. Het JEP is met andere woorden onvoldoende gekend door de consumenten.

Het lage aantal klachten bij de FOD Economie en bij het JEP verbaast overigens niet. Volgens een studie die het BV-OECO uitvoerde in 2018, zou 49% van de consumenten niets doen als ze

⁸⁸ https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/mission-letter-didier-reynders-2019_enpdf.pdf

⁸⁹ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

⁹⁰ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

greenwashing in een publiciteit vaststellen. Bij de consumenten die wel actie ondernemen, zou merendeel zich wenden tot een consumentenorganisatie (21%) of een milieuorganisatie (14%), of zelfs de verkoper (19%). Slechts een minderheid overweegt een klacht bij het JEP (6%) of bij de lokale of federale autoriteiten (8%).

Maar ook op regionaal vlak zijn er een aantal initiatieven: het IEW bijvoorbeeld ontwikkelde een "[observatoire citoyen du greenwashing](#)". De bedoeling is dat de burger via deze laagdrempelige weg een aantal reclameboodschappen voorstelt waar ze grote twijfel bij hebben. Het IEW onderzoekt dan verder. Maar ook de Waalse overheid zelf is bijvoorbeeld meer en meer betrokken. In het [Waals afvalplan](#) bijvoorbeeld wordt er gesproken over «la lutte contre les allégations environnementales trompeuses».

Rol van de consumentenorganisaties

In samenlevingen waar het milieubewustzijn van de consument toeneemt, proberen veel handelaars hiervan te profiteren. Zij maken beweringen die niet kunnen worden onderbouwd. Consumentenorganisaties hebben een sleutelrol te vervullen bij de bescherming van de consument tegen dergelijke oneerlijke praktijken en met name bij de bescherming van de consument:

- **Het observeren van de markt** en het opsporen van groene beweringen die misleidend en dus illegaal zouden kunnen zijn: Consumenten zijn vaak niet in staat om onafhankelijk te beoordelen of specifieke claims al dan niet waarheidsgetrouw zijn en kunnen gemakkelijk in een val lopen van producten die alleen maar doen alsof ze milieuvriendelijker zijn.
- **Het testen van producten en diensten:** Consumentenorganisaties hebben een unieke expertise om te kunnen beoordelen of specifieke groene beweringen kunnen worden onderbouwd en om consumenten te helpen bij het kiezen van de beste producten.
- **Het aanvechten van oneerlijke groene claims en oneerlijke verouderingszaken voor de rechtbanken en/of de overheid:** Consumentenorganisaties hebben een belangrijke rol te spelen bij de handhaving van de regels die van toepassing zijn op groene claims.
- **Consumenten informeren over greenwashing:** Hoewel consumenten zich steeds meer bewust zijn van de impact van hun aankopen op het milieu en hiermee rekening willen houden bij de keuze van een product, realiseren zij zich vaak niet dat sommige claims of etiketten die op de markt aanwezig zijn niet betrouwbaar of onwaar zijn.
- **Beïnvloeding van de wetgeving** om ervoor te zorgen dat de consumenten efficiënt worden beschermd tegen de misleidende groene claims: Op dit moment bestaat er geen specifieke wetgeving die groene claims op EU-niveau regelt. Alleen de algemene regels van de UCPD-richtlijn zijn van toepassing. Het gebrek aan rechtszekerheid en een vloeiende handhaving doen niets af aan het groeiende aantal ongefundeerde groene claims op de markt.

Verdere middelen over consumentenrechten

- **BEUC Position Paper: De consument staat centraal in het streven naar duurzaamheid.** BEUC's visie op de Europese Green Deal: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **BEUC Position Paper: BEUC roept op tot een effectief verbod op misleidende groene claims** (wordt in 2020 geactualiseerd): <https://www.beuc.eu/publications/2011-09991-01-e.pdf>.

7.2. Consumentenrechten en wat kunnen ze bijdragen aan duurzamere producten

Waarom deze rechten van belang zijn voor de consument

Consumenten geven de voorkeur aan producten die langer meegaan. Volgens de recente studie⁹¹ zijn ze zelfs bereid om aanzienlijk meer te betalen voor producten die duurzamer en repareerbaar zijn.

Bovendien worden ze zich steeds meer bewust van de milieuproblemen waarmee we te maken hebben en van de noodsituatie op het gebied van klimaatverandering. De consument wil graag meer betrokken zijn in de circulaire economie⁹², en de beste manier om daar een bijdrage aan te leveren is het kopen van producten die langer meegaan.

Het consumentenrecht helpt hen bij het bereiken van die doelen. Binnen twee jaar na aankoop van een product hebben consumenten wettelijke garantierechten die ervoor zorgen dat ze, als hun product defect is, het kunnen laten repareren, omruilen of zelfs in sommige gevallen hun geld terugkrijgen. Dergelijke verplichtingen vormen een stimulans voor de verkopers (en indirect de producenten) om te kiezen voor producten met een langere levensduur.

Politieke agenda - EU-niveau

De belangrijkste instrumenten die door het consumentenrecht worden gebruikt om producten met een langere levensduur te promoten, zijn wettelijke garantierechten.

Momenteel worden zij op EU-niveau nog steeds geregeld door **Richtlijn 1999/44/EG betreffende consumentenkoop en garanties**. Het is een minimumharmonisatie-richtlijn die een consument het recht geeft op bepaalde rechtsmiddelen in geval van gebreken aan zijn goederen. Deze richtlijn stelt een hiërarchie van dergelijke rechtsmiddelen vast. In geval van een gebrek aan overeenstemming kan de consument in de eerste plaats om reparatie of vervanging vragen. Als dat niet binnen een redelijke termijn of zonder noemenswaardig

⁹¹ Gedragsstudie over de betrokkenheid van consumenten bij de circulaire economie, oktober 2018, [eindrapport](#).

⁹² Ibid



ongemak mogelijk is, kan hij ook vragen om een prijsvermindering of om ontbinding van zijn contract (wat leidt tot terugbetaling van de aankoop prijs).

Binnenkort zal echter een nieuwe **richtlijn (EU) 2019/771**⁹³ van kracht worden. De nieuwe richtlijn bracht enkele veranderingen met zich mee die zouden kunnen bijdragen aan de duurzamere producten:

- Verlenging van de periode waarin het gebrek aan overeenstemming geacht wordt te bestaan op het moment van levering (omkering van de bewijslast) tot één jaar, met de mogelijkheid voor de lidstaten om deze periode uit te breiden tot twee jaar.
- Duurzaamheid werd een nieuwe objectieve conformiteitsvereiste.
- Verplichting tot het verstrekken van updates om ervoor te zorgen dat goederen met digitale elementen conform blijven.
- Er is een nieuwe vrijwillige commerciële garantie van duurzaamheid ingevoerd - waarbij de producent rechtstreeks aansprakelijk kan worden gesteld tegenover de consument.

Deze richtlijn wordt momenteel omgezet in de nationale wetgeving van de verschillende EU-lidstaten (met als uiterste datum voor de omzetting 1 januari 2021) en zal vanaf 1 januari 2022 van toepassing zijn.

In december 2019 publiceerde de Europese Commissie de mededeling “**European Green Deal**”⁹⁴, waarin zij haar doel aankondigde om de EU tegen 2050 koolstofneutraal te maken. Om dit te bereiken, kondigde zij een reeks initiatieven aan, ook op het gebied van het consumentenrecht. Deze werden verder gespecificeerd in de nieuwe **circulaire over de economie**⁹⁵, die in maart 2020 werd gepubliceerd. In het actieplan werd een herziening van het EU-consumentenrecht aangekondigd om ervoor te zorgen dat de consument op het verkooppunt betrouwbare en relevante informatie ontvangt, met inbegrip van de levensduur ervan, en over de beschikbaarheid van reparatiediensten, reserveonderdelen en reparatiehandleidingen. Voor de komende jaren werden verschillende wetgevingsvoorstellen aangekondigd, waaronder:

- Wetgevingsvoorstel over het mondig maken van consumenten in de groene transitie (2020)
- Wetgevingsvoorstel inzake de onderbouwing van groene claims (2020)
- Wetgevende en niet-wetgevende maatregelen tot instelling van een nieuw "recht op herstel" (2021)

⁹³ Richtlijn 2019/771 betreffende bepaalde aspecten van overeenkomsten inzake de verkoop van goederen.

⁹⁴ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

⁹⁵ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

De Europese Green Deal werd aangekondigd als hoogste prioriteit voor de Commissie van Ursula von der Leyen, maar sommige van haar initiatieven zouden helaas kunnen worden uitgesteld vanwege de huidige COVID-19-pandemie⁹⁶.

Politieke agenda op nationaal niveau

In februari 2020 heeft Frankrijk zijn nieuwe wet op de circulaire economie aangenomen⁹⁷. Deze wet voorziet in verschillende maatregelen die gericht zijn op betere consumentenvoorlichting, afvalpreventie, enz. Zo zullen producenten en importeurs vanaf 1 januari 2021 verplicht zijn de consument te informeren over de milieuprestaties van hun producten, met name over hun duurzaamheid, herstellingsvermogen, mogelijkheden tot hergebruik, gebruik van gerecycleerde materialen, enz.

Een overzicht van de verschillende federale Belgische initiatieven inzake circulaire economie zijn te vinden op de website van [Belgium.be](https://belgium.be). De documenten op deze site betreffen vooral een hele hoop plannen en studies. De evolutie van de plannen wordt regelmatig besproken binnen het [FRDO en de CRB](#). De adviesorganen vragen hierbij ook specifieke aandacht voor de consument (opleiding, duidelijkheid in labels, kennis garantierechten, ...). Ook in de regeerverklaring De Croo wordt er gesteld dat de regering in afstemming met de deelstaten een federaal actieplan circulaire economie zal uitwerken om het grondstoffenverbruik en de materialenafdruk van productie en consumptie te verminderen.”. Hierbij zal onder meer het hergebruik en het herstel binnen de circulaire economie gestimuleerd worden.

Rol van de consumentenorganisaties

Consumentenorganisaties zijn belangrijke marktwaakhonden die consumenten helpen bij hun zoektocht naar duurzamere producten. Het belangrijkste is dat zij:

- **Producten en diensten testen:** Consumentenorganisaties helpen consumenten bij het kiezen van de best presterende en meest duurzame producten.
- **Aanbevelingen doen aan consumenten:** op basis van hun testresultaten publiceren consumentenorganisaties rankings in verschillende productcategorieën en belonen ze de beste producten.
- **Consumenten informeren en adviseren over hun rechten** in het geval dat producten die zij hebben gekocht defect zijn, niet aan hun verwachtingen voldoen of voortijdig falen.

⁹⁶ Dit heeft ook betrekking op de twee bovengenoemde initiatieven inzake empowerment van de consument en inzake groene claims, die zijn uitgesteld tot 2021. De voorbereidende werkzaamheden binnen de Commissie zijn echter aan de gang en er zijn verschillende openbare raadplegingen gepubliceerd waaraan het BEUC zal bijdragen. De raadplegingen zijn beschikbaar op deze website: https://ec.europa.eu/info/consultations_en

⁹⁷ Wet van 10 februari 2020 betreffende de strijd tegen afval en de circulaire economie: <https://www.vie-publique.fr/loi/268681-loi-lutte-contre-le-gaspillage-et-economie-circulaire>.

- **Voorlichting van de consument over zijn rechten**, met name over de regels tot vaststelling van zijn wettelijke garantierechten, door middel van bewustmakingscampagnes, artikelen in tijdschriften, hulplijnen, enz.
- **Observeer de markt** en detecteer eventuele patronen die ertoe kunnen leiden dat sommige specifieke producten voortijdig falen (zie meer over het PROMPT-project in paragraaf 7.3 over voortijdige veroudering).
- **Handhaving van de rechten van de consument** voor de rechter en/of de overheid
- **Beïnvloeding van de wetgeving**: vooral om ervoor te zorgen dat consumenten gedurende de gehele verwachte levensduur van hun producten kunnen rekenen op hun wettelijke garanties.

Verdere bronnen over consumentenrechten

- **Standpuntnota van het BEUC** over het voorstel voor een richtlijn betreffende bepaalde aspecten van overeenkomsten inzake de verkoop op afstand van goederen: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-053_csc_beuc_position_paper_on_tangible_goods_proposal.pdf.
- **BEUC position paper**: Duurzame goederen: Meer duurzame producten, betere consumentenrechten: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-069_sma_upa_beuc_position_paper_durable_goods_and_better_legal_guarantees.pdf
- **BEUC website over duurzame goederen**: <https://www.beuc.eu/durable-goods>
- **Nieuw EU-actieplan voor de circulaire economie**: https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

7.3. Nieuwe verordening markttoezicht

De EU heeft in het voorjaar van 2019 een nieuwe verordening inzake markttoezicht aangenomen⁹⁸. Hoewel deze wetgeving in het verleden vooral gericht was op productveiligheidsaspecten, is zij uitgebreid met bepaalde milieuaspecten van producten, waaronder eisen inzake ecodesign, ecolabels en energie-etikettering, en met een aantal eisen inzake chemische stoffen en afval.

Het doel van deze verordening is

“de werking van de interne markt te verbeteren door het markttoezicht op de (...) producten waarvoor de harmonisatiewetgeving van de Unie geldt, te verbeteren om te waarborgen dat op de markt van de Unie alleen conforme producten worden aangeboden die voldoen aan voorschriften die een hoog beschermingsniveau bieden voor openbare belangen, zoals de gezondheid en

⁹⁸ Verordening (EU) 2019/1020 betreffende markttoezicht en de conformiteit van producten <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R1020>

veiligheid in het algemeen, de gezondheid en veiligheid op het werk, de bescherming van consumenten, de bescherming van het milieu en de openbare veiligheid, en andere openbare belangen die door die wetgeving worden beschermd".

Deze nieuwe verordening kan door consumentenorganisaties op vele manieren worden gebruikt om de naleving van de milieueisen van producten te verbeteren:

- Indien consumentenorganisaties door middel van laboratoriumtests ontdekken dat producten niet aan de milieueisen voldoen, kunnen zij deze nieuwe verordening als rechtsgrondslag gebruiken om de resultaten van de laboratoriumtests aan de nationale markttoezichtautoriteiten te melden en hen te vragen actie te ondernemen tegen niet-conforme marktdeelnemers.
- Voorts maakt de nieuwe verordening het mogelijk om meer geformaliseerde samenwerkingsovereenkomsten te sluiten met derde partijen, onder meer met consumentengroepen: *"Markttoezichtautoriteiten kunnen met (...) organisaties die (...) eindgebruikers vertegenwoordigen, overeenkomen om gezamenlijke activiteiten uit te voeren om de conformiteit te bevorderen, non-conformiteit op te sporen, het bewustzijn te vergroten en richtsnoeren te verstrekken in verband met de harmonisatiewetgeving van de Unie met betrekking tot bepaalde categorieën producten, in het bijzonder die waarvan vaak is vastgesteld dat zij een ernstig risico inhouden, met inbegrip van online te koop aangeboden producten".*
- De nieuwe verordening vereist ook dat de Europese Commissie netwerken van nationale handhavingsautoriteiten opzet, zodat zij hun samenwerking op het gebied van productconformiteit kunnen verbeteren (het zogenaamde EU-productcontrole netwerk). Als consumentengroepen zich bewust worden van niet-conforme producten die waarschijnlijk in veel EU-landen worden verkocht, moeten zij hun nationale handhavingsinstanties dan ook vragen deze informatie met andere lidstaten te delen voor hun follow-up op andere nationale markten van de EU en te zorgen voor samenhang van de handhavingsacties in de hele interne markt van de EU.
- Consumentenorganisaties kunnen de consumenten in hun tijdschriften en magazines informeren over de niet-conforme producten, en hun zelfs bepaalde producten afraden.





This document has been produced under a service contract with the European Commission. The content of it represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.