



## **BA í lögfræði**

### **Grænpvottur**

Umhverfisfullyrðingar í markaðssetningu út frá sjónarhóli neytendaverndar

**Maí, 2023**

**Nafn nemanda:** Iðunn Helgadóttir

**Kennitala:** 100197 – 3089

**Leiðbeinandi:** Ingi B. Poulsen

## Útdráttur

*Grænþvottur: Umhverfisfullyrðingar í markaðssetningu út frá sjónarhóli neytendaverndar*

Grænþvottur er hugtak sem er mikið í umræðu í nútíma samfélagi. Af völdum grænþvottar hefur traust neytenda til umhverfisfullyrðinga fyrirtækja í markaðssetningu farið dvínandi. Rannsóknir sýna að vaxandi fjöldi neytenda vilja vera umhverfisvænni í neysluhegðun sinni.

Í þessari ritgerð snýr grænþvottur að þeim villandi, óskýru eða röngu umhverfisfullyrðingum sem fyrirtæki setja fram í markaðssetningu sinni. Markmiðið er að skoða þá ramma sem eru til staðar í íslenskri neytendalöggjöf varðandi upplýsingagjöf fyrirtækja í markaðssetningu og hvort umbóta sé þörf. Í fyrsta kafla er hugtakið „grænþvottur“ skilgreint og ásamt því eru áhrif þess og birtingarmyndir skoðaðar. Þar á eftir er skoðað hvaða reglur og viðmið eru til staðar á alþjóðasviði sem vinna á móti grænþvotti og í framhaldi af því er íslensk neytendalöggjöf skoðuð. Framkvæmd reglna verður skoðuð með ákvörðunum Neytendastofu ásamt erlendum grænþvottar málum. Að lokum eru þær breytingar sem eru í vændum með nýjum tilskipunum frá Evrópusambandinu skoðaðar og áhrif þeirra. Að mati höfundar er nauðsynlegt að sporna betur við grænþvotti svo framþróun sjálfbærar þróunar geti átt sér stað. Neytendur sem vilja leggja sitt af mörkum til umhverfismála eiga ekki að þurfa að efast um hvernær kaupin þeirra voru raunverulega græn. Aðeins tíminn getur leitt í ljós hvort og þá hvernig alþjóðasamfélaginu tekst að útrýma grænþvotti.

## **Abstract**

### *Greenwashing: Environmental claims in marketing from the prospective of consumer rights*

Greenwashing is a concept which is a much talked about topic in today's society. Because of greenwashing, consumers have less trust for environmental claims in marketing from companies. Research shows that a growing number of consumers want to be socially responsible in their consumerism.

In this thesis greenwashing refers to the misleading, vague or false environmental claims that companies make in their marketing. The aim is to examine the framework that exist in Icelandic consumer legislation regarding companies' information obligations in marketing and wether reforms are needed. In the first chapter the term „greenwashing“ is defined along with it's effects and forms. Then the international rules and policies that work against greenwashing are examined and as well as the Icelandic consumer legislation. The implementation of the rules will be examined through the decisions of the Icelandic Consumer Agency along with international greenwashing cases. Finally the changes that the new EU proposals will bring shall be examined and their possible effects. In this author's opinion it is necessary to prevent greenwashing so that we can better implement our plans of a sustainable future. Consumers who want to contribute to the environment should not have to question if their purchases were really green. Only time will tell if and then how we will succeed as a society to eliminate greenwashing.

## **Formáli**

Ritgerð þessi er lokaverkefni til BA gráðu frá lagadeild Háskólans í Reykjavík. Er hún skrifuð undir handleiðslu Inga B. Poulsen. Honum vil ég þakka fyrir góðar leiðbeiningar, fróðleik og aðhald á meðan skrifum stóð. Einnig vil ég þakka móður minni fyrir einstaka þolinmæði í umræðu um ritgerðarefnið og ómetanlega hjálp við skrifin.

*Iðunn Helgadóttir*

*15.mái 2023*

## Efnisyfirlit

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Inngangur</b> .....  | <b>1</b>  |
| <b>2. Hvað er grænþvottur?</b> .....   | <b>2</b>  |
| 2.1. Almennt um hugtakið.....  | 2         |
| 2.2. Hvers vegna er grænþvottur stundaður? .....   | 4         |
| 2.3. Í hvaða formum birtist grænþvottur? .....   | 5         |
| 2.3.1. „Syndirnar sjö“ .....   | 6         |
| 2.3.1.1. Syndin að fela gallana (e. sin of the hidden trade-off).....                                  | 6         |
| 2.3.1.2. Syndin að setja fram innantómar fullyrðingar (e. sin of no proof).....                        | 6         |
| 2.3.1.3. Syndin að nota óskýra/loðna framsetningu (e. sin of vagueness) .....                          | 6         |
| 2.3.1.4. Syndin að leggja áherslu á aukaatriði (e. sin of irrelevance).....                            | 6         |
| 2.3.1.5. Syndin um skárna af tvennu illu (e. sin of lesser of two evils) .....                         | 7         |
| 2.3.1.6. Syndin að segja ósatt (e. sin of fibbing) .....   | 7         |
| 2.3.1.7. Syndin að nota falskar merkingar (e. sin of worshipping false labels) .....                   | 7         |
| 2.4. Áhrif grænþvottar .....   | 8         |
| <b>3. Reglur um grænþvott á alþjóðavettvangi</b> .....   | <b>9</b>  |
| 3.1. Gildandi neytendalöggjöf Evrópusambandsins sem varðar grænþvott.....                              | 12        |
| <b>4. Íslensk neytendalöggjöf sem varðað getur grænþvott</b> .....                                     | <b>15</b> |
| 4.1. Lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu nr. 57/2005.....                           | 15        |
| 4.2. Lög um neytendakaup nr. 48/2003 .....   | 19        |
| 4.3. Samkeppnislög nr. 44/2005.....  | 20        |
| <b>5. Grænþvottarmál</b> .....   | <b>21</b> |
| 5.1. Ákvarðanir Neytendastofu .....  | 21        |
| 5.1.1. Ákvörðun 10/2021 í máli Slysavarnafélagi Landsbjargar.....                                      | 21        |
| 5.1.2. Óbirt ákvörðun Neytendastofu í máli Norðanfisks .....   | 23        |
| 5.1.3. Óbirt ákvörðun Neytendastofu í máli Fisherman .....   | 23        |
| 5.1.4. Ákvörðun nr. 5/2017 í máli Norðursiglingar .....  | 24        |
| 5.2. Erlend grænþvottarmál.....  | 26        |
| 5.2.1. Greenpeace France og fleiri gegn TotalEnergies SE og TotalEnergies Electricité et Gaz France 26 |           |
| 5.2.2. Vegetarian Society et al. of Denmark gegn Danish Crown .....                                    | 27        |
| <b>6. Yfirvofandi breytingar á löggjöf?</b> .....  | <b>28</b> |
| 6.1. Nýlegar tillögur Framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins .....                                       | 28        |
| 6.2. Gagnrýni á fyrirhugaðar tilskipanir og áherslur Evrópusambandsins .....                           | 30        |
| <b>7. Niðurstöður</b> .....  | <b>31</b> |
| <b>Heimildaskrá</b> .....  | <b>31</b> |

## **Lagaskrá**

### **Íslensk Lög**

Lög nr. 50/2008 um breytingu á lögum nr. 57/2005 um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins

Lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu nr. 57/2005

Lög um Evrópska efnahagssvæðið nr. 2/1993

Lög um neytendakaup nr. 48/2003

Lög um Neytendastofu nr. 62/2005

Samkeppnislög nr. 25/1993 "(Brottfallin)"

Samkeppnislög nr. 44/2005

Stjórnarsýslulög nr. 37/1993

### **Ákvarðanir**

Ákvörðun Neytendastofu 2. ágúst 2017 í máli nr. 27/2017

Ákvörðun Neytendastofu 8. febrúar 2017 í máli nr. 5/2017

Ákvörðun Neytendastofu 11. maí 2021 í máli nr. 10/2021

Ákvörðun Neytendastofu 27. maí 2022 (óbirt) í máli Fisherman ehf.

Ákvörðun Neytendastofu 27. maí 2022 (óbirt) í máli Norðanfisk ehf.

Úrskurður áfrýjunarnefndar neytendamála í máli nr. 7/2017

## **Lögskýringargögn**

Alþt. 2002-2003, A-deild, þskj. 904 - 556. mál

Alþt. 2004-2005, A-deild, þskj. 883 - 590. mál

Alþt. 2004-2005, A-deild, þskj. 884 - 591. mál

Alþt. 2004-2005, A-deild, þskj. 885 - 592. mál

Alþt. 2007-2008, A-deild, þskj. 603 - 362. mál

Alþt. 2022-2023, A-deild, þskj. 463 - 415. Mál

## **Evrópuréttur**

Charter of Fundamental Rights of the European Union [2016] OJ C202/389

Commission Notice Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market [2021] OJ C526/1

Consolidated Versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union [2016] OJ C202/01

Parliament and Council Directive 2005/29/EC of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive') [2005] OJ L149/22

Parliament and Council Regulation (EU) 2019/2088 of 27 November 2019 on sustainability-related disclosures in the financial services sector [2019] OJ L317/1

Parliament and Council Regulation (EU) 2020/852 of 18 June 2020 on the establishment of a framework to facilitate sustainable investment, and amending Regulation (EU) 2019/2088 [2020] OJ L198/13

Parliament and Council Regulation (EU) 2021/1119 of 30 June 2021 establishing the framework for achieving climate neutrality and amending Regulations (EC) No 401/2009 and (EU) 2018/1999 ('European Climate Law') [2021] OJ L243/1

### **Alþjóðasáttmálar**

Paris Agreement (samþykktur 12. desember 2015, tók gildi 4. nóvember 2016) 3156 UNTS 79

UNGA Res 70/1 (25. september 2015) UN Doc A/RES/70/1



# 1. Inngangur

Með aukinni áherslu á sjálfbæra þróun á öllum sviðum samfélagsins og eftir því sem áhrif loftlagsbreytinga verða sýnilegri virðast neytendur almennt huga meira að umhverfinu.<sup>1</sup> Nýlegar rannsóknir sýna að sífellt fleiri neytendur leitast eftir vörum sem hafa betri áhrif á umhverfið. Í alþjóðlegri sjálfbærni rannsókn sem markaðsfyrirtækið Simon, Kucher & Partners gerði árið 2021 reyndust 63% neytenda hafa breytt kauphegðun sinni smávægilega eða verulega í átt að því að vera umhverfisvænni.<sup>2</sup> Árið 2022 var rannsóknin framkvæmd aftur og sögðu þá 75% svarenda að þeir hefðu breytt kauphegðun sinni frá árinu áður að minnsta kosti á smávægilegan máta.<sup>3</sup> Í kjölfar vitundarvakningar um verndun umhverfisins virðast vörur sem hafa umhverfisvæna eiginleika standa frammar öðrum vörum í augum neytenda. Fyrirtæki sem starfa í hagnaðarskyni þurfa því að mæta þessari kröfu neytenda.<sup>4</sup> Grænþvottur er fyrirbæri sem myndast út frá þessum þrýstingi. Fyrirbærið grænþvottur nær í grunninn utan um þá háttsemi að setja fram jákvæðar fullyrðingar um umhverfisframmistöðu, sem eiga sér ekki stoð í staðreyndum. Til að mynda getur fyrirtæki séð hag sinn í að mæta kröfu neytenda um sjálfbæra þróun, án þess að stofna hagnaði sínum í hættu með því að breyta framleiðsluáferðum.<sup>5</sup> Hugtakið um grænþvott nær aftur til ársins 1986 og hafa því verið til dæmi um háttsemina í um tæp 40 ár.<sup>6</sup> Grænþvottur er hindrun í vegi sjálfbærrar þróunar og dregur úr trausti neytenda á markaðnum og auglýsingum fyrirtækja. Markaðssetning er almennt taldin vera helsti ákvörðunarvaldur í neysluhegðun fólks.<sup>7</sup>

Framkvæmdastjórn Evrópusambandsins, ásamt neytendastofnunum Evrópu, framkvæma árlega skimun á vefsíðum í þeim tilgangi að bera kennsl á brot á evrópskri neytendalöggjöf. Árið 2020 einblíndi skimunin á grænþvott. Niðurstaðan leiddi í ljós að í 42%

---

<sup>1</sup> Yu-Shan Chen og Ching-Hsun Chang, „Greenwash and Green Trust: The Mediation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk“ (2013) 114 (3) *Journal of business ethics* 489, 489.

<sup>2</sup> Rannsóknin var gerð á rúmlega 10.000 neytendum frá Evrópu, Afríku, Norður Ameríku og Asíu. Samtals voru 17 lönd hluti af rannsókninni. „Global Sustainability Study 2021: Initial Insights“ (Simon, Kucher & Partners 2021) <[https://www.simon-kucher.com/sites/default/files/studies/Simon-Kucher\\_Global\\_Sustainability\\_Study\\_2021.pdf](https://www.simon-kucher.com/sites/default/files/studies/Simon-Kucher_Global_Sustainability_Study_2021.pdf)> skoðað 9. apríl 2023.

<sup>3</sup> Í þetta sinn var rannsóknin stækkuð í 11.700 neytendur þvert á 19 lönd. „Sustainability Study 2022“ (Simon, Kucher & Partners, 24. október 2022) <<https://www.simon-kucher.com/en/who-we-are/newsroom/sustainability-study-2022>> skoðað 9. apríl 2023.

<sup>4</sup> „Global Sustainability Study 2021: Initial Insights“ (n. 2).

<sup>5</sup> Thomas P Lyon og A Wren Montgomery, „The Means and End of Greenwash“ (2015) 28 *Organization & environment* 223, 238.

<sup>6</sup> Bruce Watson, „The troubling evolution of corporate greenwashing“ (2017) 129 *Chain Reaction* 38, 38 <<https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.766428450523476>> skoðað 13. apríl 2023.

<sup>7</sup> Chen og Chang (n. 1) 497.

tilvika var ástæða til að telja að fullyrðingar væru ýktar, villandi eða rangar.<sup>8</sup> Neytendastofa tók þátt í skimuninni og gerði í kjölfarið athugun á fjölda íslenskra vefsíðna þar sem umhverfisfullyrðingar komu fram. Alla jafna voru fullyrðingar settar fram með skýrum hætti. Aftur á móti var skortur á fullnægjandi upplýsingum varðandi hvernig væri hægt að nálgast upplýsingar sem myndu styðja við þessar fullyrðingar.<sup>9</sup> Samstillt skimun var framkvæmd á alþjóðlegum mælikvarða á vegum alþjóðlegra samtaka um neytendavernd og framfylgd hennar (e. International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN)). Sú skimun leiddi svipaðar niðurstöður í ljós. Í 40% tilvika virtust vera settar fram fullyrðingar sem gætu flokkast sem villandi.<sup>10</sup>

Grænþvottur er því raunverulegt vandamál í markaðssetningu og verður meginviðfangsefni þessarar ritgerðar að skoða þá ramma sem eru til staðar í neytendalöggjöf um upplýsingaskyldu fyrirtækja í markaðssetningu og hvort umbóta sé þörf. Markmið skrifanna er að gera grein fyrir stöðu grænþvottar hérlendis með hliðsjón af alþjóðarstefnum og þá sérstaklega stefnum Evrópusambandsins. Í fyrsta lagi verður leitast við því að gera grein fyrir hugtakinu, hvernig það er skilgreint og hver vegna grænþvottur er stundaður. Leitast verður við að kortleggja birtingarmyndir hugtaksins og áhrif þess. Þá verður vikið að reglum sem geta náð utan um grænþvott og framkvæmd þeirra skoðuð.

## 1. Hvað er grænþvottur?

### 2.1. Almennt um hugtakið

Fyrirbærið „grænþvottur“ (e. greenwashing) er ekki nýtt af nálinni. Samblanda af orðunum „grænn“ (umhverfisvænt) og „heilþvottur“, býr til hugtakið „grænþvottur“. Hugtakið hefur verið víða viðurkennt til að lýsa þeirri athöfn, þegar aðili setur fram óréttmætar eða ýktar fullyrðingar sem snúa að því hversu sjálfbær eða umhverfisvæn ákveðin vara og/eða þjónusta er.<sup>11</sup> Umhverfissinninn Jay Westerveld var fyrstur til að setja fram enska hugtakið

---

<sup>8</sup> European Commission, „Screening of Websites for ‘greenwashing’: Half of Green Claims Lack Evidence“ (*European Commission*, 28. janúar 2021) <[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269)> skoðað 9. maí 2023.

<sup>9</sup> Neytendastofa, „Um helmingur „grænna“ fullyrðinga fyrirtækja órökstuddar“ (*Neytendastofa*, 11. febrúar 2021) <[https://www.neytendastofa.is/um-okkur/frettir-og-tilkynningar/frett/2021/02/11/Um-helmingur-graenna-fullyrdinga-fyrirtaekja-orokstuddar-/->](https://www.neytendastofa.is/um-okkur/frettir-og-tilkynningar/frett/2021/02/11/Um-helmingur-graenna-fullyrdinga-fyrirtaekja-orokstuddar-/) skoðað 9. maí 2023.

<sup>10</sup> „Global Sweep Finds 40% of Firms’ Green Claims Could Be Misleading“ (*GOV.UK*, 28. janúar 2021) <<https://www.gov.uk/government/news/global-sweep-finds-40-of-firms-green-claims-could-be-misleading>> skoðað 9. maí 2023.

<sup>11</sup> Lorianne D Mitchell og Wesley D Ramey, „Look How Green I Am! An Individual-Level Explanation for Greenwashing“ (2011) 12 (6) *The journal of applied business and economics* 40, 41; Richard Dahl, „Green

„greenwashing“ í fræðiriti árið 1986. Hugmyndin kom til hans þegar hann var staddur á eyjunni Fiji árið 1983. Hótel á eyjunni var að biðja fólk um að endunota handklæðin sín til að draga úr vistfræðilegu tjóni, „hjálpaðu okkur að hjálpa umhverfinu okkar“. Á sama tíma var hótelið að stækka við sig og virtist ekki hafa jafn miklar áhyggjur af kóralrifum og nærumhverfinu, líkt og það gaf út. Skilaboðin voru sett fram undir því yfirskini að hótelinu væri annt um umhverfið, þegar hvatinn var í raun fjárhagslegur. Hótelið var ekki að hugsa um að spara vatn, heldur þvottakostnað. Athafnir hótelsins gengu því í berhögg við umhverfisfullyrðingarnar.<sup>12</sup>

Grænþvottur er flókið, margþætt og þverfaglegt fyrirbæri. Hugtakið hefur verið skilgreint á mismunandi vegu og engin almenn skilgreining hefur verið samþykkt af fræðimönnum hingað til.<sup>13</sup> Fjöldi fræðigreina skilgreinir grænþvott sem „þá hegðun að blekkja eða villa um fyrir neytendum, annars vegar varðandi umhverfisvæna starfshætti og hins vegar um umhverfisáhrif ákveðinnar vöru og/eða þjónustu“.<sup>14</sup> Önnur fræðiskrif skilgreina grænþvott á þann hátt að hugtakið nái yfir margvísleg samskipti við neytendur sem blekkja þá í að tileinka sér jákvæðar skoðanir um umhverfisframmistöðu fyrirtækis.<sup>15</sup> Einnig má lýsa hugtakinu sem dreifingu rangra upplýsinga af hálfu fyrirtækis í þeim tilgangi að búa til umhverfisvæna og ábyrga ímynd.<sup>16</sup> Aukinheldur má segja að hugtakið sé notað yfir þá hegðun að fullyrða um umhverfisvirkni vöru sem ekki er hægt að sanna.<sup>17</sup>

Flestar útskýringar á hugtakinu eiga það þó sameiginlegt að fyrirtæki sem stundar grænþvott gerist sekt um tvönn konar hegðun samtímis: fyrirtækið stundar að setja fram jákvæðar fullyrðingar um aðgerðir í umhverfismálum og á sama tíma stundar fyrirtækið í raun litlar eða jafnvel engar aðgerðir í umhverfismálum.<sup>18</sup>

Ákveðnir fræðimenn taka það fram að til þess að skilgreiningin á grænþvotti sé fullgerð þá þurfi að reikna með öllum þáttum hugtaksins. Ásökun frá þriðja aðila um að ákveðin háttsemi sé ólögleg eða siðferðilega röng er lykilatriði í ferlinu.<sup>19</sup>

---

Washing: Do You Know What You're Buying?“ (2010) 118 Environmental health perspectives A246, A247; Watson (n. 6) 38.

<sup>12</sup> Watson (n. 6) 38; Erica Orange og Aaron M Cohen, „From Eco-Friendly to Eco-Intelligent“ (2010) 44 The Futurist 28, 30.

<sup>13</sup> Sebastião Vieira de Freitas Netto o.fl., „Concepts and Forms of Greenwashing: A Systematic Review“ (2020) 32 (1) Environmental sciences Europe 1, 10; Lyon og Montgomery (n. 5) 241.

<sup>14</sup> Chen og Chang (n. 1) 489; de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 7; Magali A Delmas og Vanessa Cuerel Burbano, „The Drivers of Greenwashing“ (2011) 54 California management review 64, 66.

<sup>15</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 225.

<sup>16</sup> Mitchell og Ramey (n. 12) 41.

<sup>17</sup> Chen og Chang (n. 1) 490.

<sup>18</sup> Delmas og Burbano (n. 15) 67.

<sup>19</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 10.

Þrátt fyrir að hugtakið sé víða viðurkennt, þá hefur það ekki verið mikið rannsakað hingað til.<sup>20</sup>

## 2.2. Hvers vegna er grænþvottur stundaður?

Vaxandi fjöldi neytenda kys vörur sem hafa góð áhrif á umhverfið og eru sumir tilbúnir að borga yfirverð fyrir vörur og/eða þjónustur sem virðast umhverfisvænar.<sup>21</sup> Fyrirtæki sjá því hag í að notast við grænþvott og nýta tækifærið til að skapa umhverfisvænni ímynd og halda í traust viðskiptavina. Margvíslegar ástæður geta verið að baki þess að fyrirtæki stunda grænþvott. Ástæðurnar geta m.a. verið til að ná samkeppnisforskoti, búa til samfélagslega ábyrgt orðspor og/eða í þeim tilgangi að lækka rekstrarkostnað.<sup>22</sup> Nútíma fyrirtæki eða stofnanir þurfa því ekki einungis að keppa um verð og gæði framboðs, heldur þurfa þau líka að keppa um hversu umhverfisvæn þjónustan eða varan er.<sup>23</sup> Frumgerendur grænþvotts eru fyrirtæki og stofnanir. Þó geta stjórnvöld einnig verið sek um háttsemina.<sup>24</sup> Í þessari ritgerð verður kastljósinu þó fyrst og fremst beint að fyrirtækjum og háttsemi þeirra í garð neytenda.

Í greininni „Look How Green I Am“ setja Mitchell og Ramey fram þá staðhæfingu að til staðar séu mannfræðilegar og félagslegar ástæður fyrir því að neytendur kaupa umhverfisvænni vörur og þjónustu. Þau byggja þessi rök á kenningunni um samkeppnisfórnfýsi (e. competitive altruism theory).<sup>25</sup> Kenningin er skilgreind sem „það huglæga ferli sem einstaklingur fer í gegnum í þeirri tilraun að vera gjafmildari en annar einstaklingur.“<sup>26</sup> Árið 2006 var gerð rannsókn til að skoða kenninguna um samkeppnisfórnfýsi. Þar kom í ljós að þátttakendur voru líklegri til þess að taka þátt í samkeppnisfórnfýsi þegar þeir voru meðvitaðir um að athafnir þeirra væru opinberar eða sjáanlegar öðrum. Sama gilti þegar þeir voru með vitneskju um að einhver langvarandi ávinningur væri af fórnfýsinni.<sup>27</sup>

Miðað við forsendur kenningarinnar, þá halda Mitchell og Ramey því fram að eftir því sem það er sýnilegra að ákveðin vara sé umhverfisvæn, því líklegra er að neytendur vilji eignast hana til að öðlast virðingu. Kenningin gefur einnig í skyn að nútíma neytandi sé því tilbúinn,

---

<sup>20</sup> Szerena Szabo og Jane Webster, „Perceived Greenwashing: The Effects of Green Marketing on Environmental and Product Perceptions“ (2021) 171 (4) Journal of business ethics 719, 720; Lyon og Montgomery (n. 5) 229.

<sup>21</sup> 75% neytenda leitast eftir umhverfisvænni vörum og 32% neytenda eru tilbúnir að borga yfirverð fyrir slíkar vörur. „Sustainability Study 2022“ (n. 3); Mitchell og Ramey (n. 12) 40.

<sup>22</sup> Mitchell og Ramey (n. 12) 40–41.

<sup>23</sup> sama heimild 41.

<sup>24</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 234.

<sup>25</sup> Mitchell og Ramey (n. 12) 42.

<sup>26</sup> Charlie L Hardy og Mark Van Vugt, „Nice Guys Finish First: The Competitive Altruism Hypothesis“ (2006) 32 Personality & social psychology bulletin 1402, 1403.

<sup>27</sup> sama heimild 1411.

vegna þessarar samkeppnisfórnfýsi, að borga yfirverð fyrir vöru undir því yfirskini að honum sé annt um umhverfið.<sup>28</sup> Neytandinn vill „gera betur“ og þar af leiðandi skapast tækifæri fyrir fyrirtæki til notfæra sér þessa kauphegðun og græða á því.<sup>29</sup>

Vegna þess hversu flókið og margþætt fyrirbæri grænþvottur er, þá reynist hinum almenna neytanda erfitt að bera kennsl á það. Jafnvel meðal þeirra neytenda sem eru álitnir sérfræðingar og vel upplýstir um grænþvott getur verið erfitt að gera greinarmun á grænþvotti og raunverulega umhverfissvænni vöru.<sup>30</sup>

Það getur einnig verið erfitt fyrir hagsmunaaðila fyrirtækis eða félags að meta raunverulega frammistöðu fyrirtækis í umhverfismálum. Þessir aðilar eru oft í sömu sporum og neytendur og þurfa að treysta því að félag segi rétt frá umhverfis athöfnum sínum. Það er nær ómögulegt fyrir hagsmunaaðila félags að meta það hvort rof sé á milli opinberra yfirlýsinga félags um að farið sé eftir ákveðnu regluverki og raunverulegrar viðleitni. Sérstaklega þegar ekkert eftirlit eða vottun er til staðar frá óháðum þriðja aðila.<sup>31</sup>

### 2.3. Í hvaða formum birtist grænþvottur?

Eins og fyrr segir er grænþvottur flókið fyrirbæri og getur því tekið á sig mörg form.<sup>32</sup> Það eru til margvíslegar útgáfur af grænþvotti og hefur fyrirbærið verið flokkað á marga mismunandi vegu.<sup>33</sup> Ekki er ástæða til að nefna allar tegundir flokkunar í þessari ritgerð og verður því einungis vikið að þeirri flokkun sem er hvað útbreiddust. Umhverfis- og markaðsfyrirtækið TerraChoice bjó til flokkunarkerfi sem kallast „sjö syndir grænþvottar“ (e. „the seven sins of greenwashing“). Sú flokkun sýnir hvernig fyrirtæki geta stundað grænþvott á sjö mismunandi vegu.<sup>34</sup> Fjöldi fræðigreina vísa í og styðjast við þessa flokkun til að túlka birtingarmyndir grænþvotts.<sup>35</sup>

Verður nú vikið að „syndunum sjö“ til útskýringar.

---

<sup>28</sup> Mitchell og Ramey (n. 12) 42–43.

<sup>29</sup> sama heimild 42.

<sup>30</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 10; Lyon og Montgomery (n. 5) 241.

<sup>31</sup> Frances Bowen og J Alberto Aragon-Correa, „Greenwashing in Corporate Environmentalism Research and Practice: The Importance of What We Say and Do“ (2014) 27 *Organization & environment* 107, 107; William S Laufer, „Social Accountability and Corporate Greenwashing“ (2003) 43 (3) *Journal of business ethics* 253, 257–258.

<sup>32</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 241.

<sup>33</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 7–9.

<sup>34</sup> TerraChoice, „The Sins of Greenwashing: Home and Family Edition 2010“ (TerraChoice 2010) <[https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice\\_The\\_Sins\\_of\\_Greenwashing\\_-\\_Home\\_and\\_Family\\_Edition\\_2010.pdf](https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice_The_Sins_of_Greenwashing_-_Home_and_Family_Edition_2010.pdf)> skoðað 15. apríl 2023.

<sup>35</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 8; Má hér vísa til eftirfarandi fræðigreina í þessu samhengi, þó ekki séu þær tæmandi taldar: Chen og Chang (n. 1); Mitchell og Ramey (n. 12); Lyon og Montgomery (n. 5); Chen og Chang (n. 1).

### 2.3.1. „Syndirnar sjö“

#### 2.3.1.1. Syndin að fela gallana (e. sin of the hidden trade-off)

Fullyrðing er gefin út sem gefur í skyn að vara sé umhverfisvæn. Fullyrðingin er byggð á afmörkuðum atriðum án þess að athygli sé veitt að öðrum mikilvægum umhverfisáhrifum sem varan hefur.<sup>36</sup> Þessa tvískiptu hegðun má nefna valkvæða upplýsingagjöf (e. selective disclosure).<sup>37</sup> Fyrirtæki upplýsa neytendur um jákvæðar upplýsingar sem tengjast frammistöðu þeirra í umhverfismálum án þess að opinbera allar neikvæðu upplýsingarnar sem geta verið til staðar. Er það gert í þeim tilgangi að byggja upp jákvæða ímynd félagsins.<sup>38</sup> Þessi valkvæða upplýsingagjöf getur haft þau áhrif að neytendur álykta að um fleiri jákvæð umhverfisáhrif séu til staðar.<sup>39</sup>

#### 2.3.1.2. Syndin að setja fram innantómar fullyrðingar (e. sin of no proof)

Fullyrðing um umhverfisáhrif er sett fram sem er ekki hægt að sanna. Hvorki með vottun frá áreiðanlegum þriðja aðila eða með aðgengilegum gögnum sem styðja við fullyrðinguna. Fullyrðingar sem eru framsettar með prósentutölum eða upplýsingum um tölfræði sem eru ekki sannreynðar, eru álitnar vera innantómar.<sup>40</sup>

#### 2.3.1.3. Syndin að nota óskýra/loðna framsetningu (e. sin of vagueness)

Fullyrðing sem fyrirtæki setur fram sem er illa skilgreind eða of víðtæk. Fullyrðinguna skortir nákvæmni og er líklegt að neytendur mistúlki raunverulega meiningu hennar. Fullyrðingar um vöru sem innihalda orðin „náttúruleg“, „umhverfisvæn“ eða „vistvæn“ eru gott dæmi um óljósar fullyrðingar sem hafa enga þýðingu án betri skilgreiningar eða útskýringar. Vara sem er gerð úr náttúrulegum efnum hefur ekki endilega jákvæð áhrif á umhverfið.<sup>41</sup>

#### 2.3.1.4. Syndin að leggja áherslu á aukaatriði (e. sin of irrelevance)

Fullyrðing er sett fram sem er mögulega sönn en hún er ómerkileg eða ekki hjálpleg fyrir neytendur sem eru að sækjast í umhverfisvænni vörur. Til dæmis getur fyrirtæki gefið í skyn að það sé að gera umhverfisvæna hluti af sjálfsdádum, þegar það er einungis að fylgja lögum.<sup>42</sup>

---

<sup>36</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 8; TerraChoice (n. 35) 10.

<sup>37</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 6.

<sup>38</sup> Chen og Chang (n. 1) 490.

<sup>39</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 229.

<sup>40</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 8; TerraChoice (n. 35) 10.

<sup>41</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 9; TerraChoice (n. 35) 10.

<sup>42</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 9; TerraChoice (n. 35) 10.

### **2.3.1.5. Syndin um skárna af tvennu illu (e. sin of lesser of two evils)**

Fullyrðing er sett fram sem getur verið sannsöguleg innan vörflokksins, en það býr til hættu á að það dragi athygli neytenda frá umhverfisáhrifum vörflokksins í heild sinni. Varan er þá borin saman við verri kost og tilraun gerð til að sannfæra neytendur um að hún sé þar með umhverfisvæn. Náttúrulegar sígarettur eru dæmi um þessa synd.<sup>43</sup>

### **2.3.1.6. Syndin að segja ósatt (e. sin of fibbing)**

Umhverfisfullyrðingar fyrirtækis sem eru hreinlega ósannar. Samkvæmt rannsókn TerraChoice er þetta sjaldgæfa syndin.<sup>44</sup>

### **2.3.1.7. Syndin að nota falskar merkingar (e. sin of worshipping false labels)**

Fyrirtæki setur fram vöru með vottunarmerki sem virðist vera frá viðurkenndum vottunaraðila. Merkið lítur út fyrir að vera raunverulega viðurkennt í þeim tilgangi að afvegaleiða neytendur í að halda að varan hafi farið í gegnum lögmælt vottunarferli.<sup>45</sup>

Grænþvottur getur tekið á sig mörg form eins og vikið hefur verið að.<sup>46</sup> Listinn að ofan er því ekki tæmandi talinn þar sem erfitt er að segja með vissu að allar tegundir grænþvotts hafi verið auðkenndar. Þó háttsemin sé aðgreind frá hvor annarri, þá útilokar ein synd ekki aðra. Árskýrsla fyrirtækis getur til að mynda falið í sér margar syndir samtímis.<sup>47</sup> Einnig þarf að hafa í huga að breytilegt er eftir áhorfanda eða neytenda hvernig hver og einn upplifir grænþvott og hvað hann telur falla undir hugtakið.<sup>48</sup>

Grænþvottur er oft stundaður af ásettu ráði en stundum gera fyrirtæki meira úr umhverfisframmistöðu sinni án þess að ætla sér það. Það getur verið vegna þess að markaðsteymið er með rangar upplýsingar frá félaginu sjálfu eða félagið telur sig vera að gera jákvæða hluti, þegar það er ekki raunin. Einnig getur félag stundað grænþvott óviljandi þegar það gerir sér ekki grein fyrir þeim grænþvotti sem á sér stað í framleiðslukeðjunni.<sup>49</sup>

---

<sup>43</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 9; TerraChoice (n. 35) 10.

<sup>44</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 9; TerraChoice (n. 35) 10.

<sup>45</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 9; TerraChoice (n. 35) 10.

<sup>46</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 241; de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 7–9.

<sup>47</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 236.

<sup>48</sup> de Freitas Netto o.fl. (n. 14) 10.

<sup>49</sup> Szabo og Webster (n. 21) 734; European Union, „Greenwashing: Your Guide to Telling Fact from Fiction When It Comes to Corporate Claims“ (30. júní 2022) Mgr. 11 <[https://climate-pact.europa.eu/news/greenwashing-your-guide-telling-fact-fiction-when-it-comes-corporate-claims-2022-06-30\\_en](https://climate-pact.europa.eu/news/greenwashing-your-guide-telling-fact-fiction-when-it-comes-corporate-claims-2022-06-30_en)> skoðað 3. maí 2023.

Í samhengi við þessa umfjöllun er stundum talað um hugtakið „greenwashing“. Fyrirtæki hefur þá einlæga trú á því að tilraunir þess til að leggja sitt af mörkum í umhverfismálum séu nægilegar til að nauðsynlegum breytingum sé náð. Umhverfisfullyrðingar fyrirtækisins eru þá byggðar á þessari óskhyggju um að tilraunir þeirra muni bera árangur. Jafnvel þó engum árangri hafi verið náð. Það getur verið erfitt að bera kennsl á þessa tegund grænþvottar, þar sem upplýsingagjöfin byggist á hlutum sem fyrirtækið er að reyna að koma í framkvæmd.<sup>50</sup>

## 2.4. Áhrif grænþvottar

Neytendur eru byrjaðir að gera sér grein fyrir þeirri dulnu hættu sem stafar af grænþvotti. Mikið af umhverfisfullyrðingum á markaðinum eru hvorki sannar né gagnsæjar.<sup>51</sup> Neytendur eiga erfðara með að treysta auglýsingum og skilaboðum frá fyrirtækjum sem eru venjulega ákvörðunarvaldur í kauphegðun þeirra. Raunverulegri grænni markaðssetningu er því mætt með sama fyrirvara. Þessi skerðing á trausti neytenda getur haft þau áhrif að þeir vita ekki lengur hverjum þeir eiga að treysta og eru ráðavilltir vegna óreiðu upplýsinga.<sup>52</sup>

Í rannsókn sem Chen og Chang gerðu árið 2013 kemur fram að grænþvottur hefur neikvæð áhrif á neytendur þar sem meiri óreiða og hærri áhætta ríkir í að kaupa umhverfisvænar vörur. Þetta hefur þau áhrif að traust neytenda til umhverfisvænna vara og þjónustu er skert.<sup>53</sup>

Þegar upp kemst um grænþvott þá getur það leitt til þess að neytendur efast um heilindi í starfsemi félags í heild sinni. Þegar neytendur hafa minna traust til umhverfisfullyrðinga fyrirtækja, þá geta neytendur refsað þeim með því að horfa frekar til keppinauta þeirra. Þetta er áhættan sem fyrirtæki sem stunda grænþvott taka. Þau vona að fáfræði neytenda um hvað liggur að baki fullyrðinga eða vörumerkis muni auka tekjur þeirra.<sup>54</sup>

Hagsmunaaðilar félags eiga einnig erfitt með að meta raunverulega frammistöðu félags í umhverfismálum. Þeir verða að treysta því að vefsíður, auglýsingar og skýrslur frá félaginu skýri rétt frá viðleitni félagsins. Innantómar umhverfisfullyrðingar verða sífellt fleiri og það

---

<sup>50</sup> Global Fashion Agenda, „Demystifying Greenwashing, Greenwashing & Greenhushing“ Mgr. 4-7 <<https://globalfashionagenda.org/news-article/demystifying-greenwashing-greenwashing-greenwashing/>> skoðað 4. maí 2023; Duncan Austin, „Greenwish: The Wishful Thinking Undermining the Ambition of Sustainable Business“ (2019) 90 Real-World Economics Review 47, 47 <<http://www.paecon.net/PAERreview/issue90/AustinD90.pdf>> skoðað 3. maí 2023.

<sup>51</sup> Chen og Chang (n. 1) 497.

<sup>52</sup> Szabo og Webster (n. 21) 719–720.

<sup>53</sup> Chen og Chang (n. 1) 498.

<sup>54</sup> Mitchell og Ramey (n. 12) 41.



hefur búið til réttmæta tortryggni hjá hagsmunaaðilum varðandi bilið á milli þess sem fyrirtæki segist vera að gera í umhverfismálum og því sem raunverulega er gert í umhverfismálum.<sup>55</sup>

Fyrirtæki sem stunda grænþvott af ásettu ráði ætla sér væntanlega að hagnast á því. Grænþvottur getur þó einnig haft áhrif á samfélagið sem heild.<sup>56</sup> Aukinn áhugi á umhverfismálum í samfélaginu hefur styrkt hlutverk aðgerðasinna og fjölmiðla í að refsa fyrirtækjum fyrir að stunda grænþvott.<sup>57</sup> Kraftur samfélagsins til að afhjúpa grænþvott hefur stækkað með tilkomu samfélagsmiðla.<sup>58</sup> Til að mynda hafa svo kallaðar stefnumiðaðar málshöfðanir (e. strategic litigation) aukist af hálfu aðgerðarsinna og einstaklinga á sviði loftlagsmála. Málshöfðanirnar byggja á stefnumörkun að því leyti að hvatir aðila málsins ná lengra en einungis utan um sína eigin hagsmuni. Ætlunin er að búa til vitundarvakningu í samfélaginu eða að knýja fram breytingar af hálfu fyrirtækja eða stjórnvalda í umhverfismálum.<sup>59</sup> Málshöfðunum fylgja því oftast skipulagðar herferðir sem ná út fyrir dómsalina. Það má búast við því að fjöldi mála haldi áfram að vaxa. Það endurspeglar þann aukna skilning samfélagsins á þeim mismunandi aðilum sem hafa lykilhlutverk í málefnum og lausnum við umhverfismálum.<sup>60</sup>

Þessari nálgun fylgir þó ákveðin hættu. Fyrirtæki gætu brugðist við með því að draga úr viðleitni sinni í umhverfismálum yfir höfuð, sem myndi hafa í för með sér slæmar afleiðingar fyrir allt samfélagið.<sup>61</sup> Grænþvottur er ógn gegn framvindu raunverulegrar sjálfbærni og er hindrun í vegi fyrir grænni markaðssetningu. Til þess að vörur og fyrirtæki, sem eru raunverulega umhverfisvæn, komist inn á markaðinn án þess að neytendur efast um uppruna þeirra, þá þarf að sigrast á þeim áskorunum sem stafa af grænþvotti.<sup>62</sup>

### 3. Reglur um grænþvott á alþjóðavettvangi

Á síðustu árum hefur þrýstingur til samfélagsábyrgðar og sjálfbærrar þróunar aukist. Sameinuðu þjóðirnar settu fram áætlun til að umbreyta heiminum í átt að alhliða sjálfbærri

---

<sup>55</sup> Bowen og Aragon-Correa (n. 32) 107.

<sup>56</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 238.

<sup>57</sup> Delmas og Burbano (n. 15) 71.

<sup>58</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 239.

<sup>59</sup> Joana Setzer og Catherine Higham, „Global trends in climate change litigation: 2022 snapshot“ (Grantham Research Institute on Climate Change and the Environment 2022) 11–15 <[http://eprints.lse.ac.uk/117652/1/Global\\_trends\\_in\\_climate\\_change\\_litigation\\_2022\\_snapshot.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/117652/1/Global_trends_in_climate_change_litigation_2022_snapshot.pdf)> skoðað 9. maí 2023. Sjá graf á bls. 16 sem sýnir fram á vöxtinn sem hefur átt sér stað í þessum „skipulögðu málum“ á síðustu 5 árum.

<sup>60</sup> sama heimild 5.

<sup>61</sup> Lyon og Montgomery (n. 5) 240.

<sup>62</sup> Chen og Chang (n. 1) 497–498.

þróun með heimsmarkmiðunum (e. Sustainable Development Goals (SDG)) árið 2015. Sett voru fram 17 markmið í átt að sjálfbærri þróun og 169 undirmarkmið sem skyldu nást fyrir árið 2030.<sup>63</sup> Parísarsamningurinn um loflagsbreytingar var einnig samþykktur sama ár á loftlagsráðstefnu Sameinuðu þjóðanna. Með samningnum settu þjóðir sér í fyrsta sinn það metnaðarfulla markmið um að halda hækkun á hitastigi á heimsvísu vel undir 2°, helst 1,5°, yfir gildum fyrir iðnvæðingu.<sup>64</sup>

Kenningar varðandi það hvort fyrirtæki beri einhverja ábyrgð til samfélagsins umfram það að afla tekna fyrir hluthafa sína hafa verið lengi til staðar. Hugmyndir um að fyrirtæki beri ákveðna samfélagsábyrgð hafa risið í vinsældum á síðustu áratugum og virðist umræða um samfélagsábyrgð fyrirtækja (e. corporate social responsibility (CSR)) vera hávær í nútíma samfélagi. Vinsældir hugtaksins eru það víðtækar að flest þróuð ríki hafa sett af stað einhver verkefni á sviði samfélagsábyrgðar fyrirtækja. Einnig hafa fyrirtæki verið stofnuð sem sérhæfa sig í umræðuefninu.<sup>65</sup> Áður fyrr vildu fræðimenn meina að eina hlutverk fyrirtækis væri að hámarka tekjur hluthafa. Samfélags álitamál væru ekki eitthvað sem fyrirtæki ættu að varða sig um, heldur væri það á ábyrgð stjórnvalda og lagasetningar.<sup>66</sup> Sú skoðun virðist þó almennt ríkjandi meðal almennings nú til dags, að til viðbótar við að eltast við hagnað eigi fyrirtæki að sinna ábyrgð til hagsmunaaðila, starfsmanna sinna og samfélagsins. Jafnvel þó slík ábyrgð geti leitt til þess að fyrirtækið þurfi að fórna einhverjum hagnaði fyrir vikið.<sup>67</sup> Það er ekki til nákvæm skilgreining utan um hugtakið samfélagsábyrgð fyrirtækja (CSR). Það hefur til að mynda verið skilgreint svo að það nái yfir þær efnahagslegu, lagalegu, siðferðilegu og mannúðlegu væntingar sem samfélagið hefur til stofnanna á hverjum tilteknum tímamarki.<sup>68</sup> Framkvæmdastjórn Evrópusambandsins skilgreindi hugtakið árið 2011 sem „sú ábyrgð sem fyrirtæki bera fyrir áhrifum þeirra á samfélagið“. Til þess að félag gæti fullnægt þessari ábyrgð þarf það að taka tillit til félagslegra-, umhverfislegra-, siðferðilegra- og mannréttindaáhrifa sem það hefur á samfélagið. Sem og áhrif þess á neytendur.<sup>69</sup>

Hugmyndin að baki samfélagsábyrgð fyrirtækja skarast á við hugtakið um sjálfbærni. Þessi tvö hugtök eru að vissu leyti samþætt og tengd innbyrðis. Undirliggjandi kjarni þeirra

---

<sup>63</sup> UNGA Res 70/1 (25. september 2015) UN Doc A/RES/70/1.

<sup>64</sup> Paris Agreement (samþykktur 12. desember 2015, tók gildi 4. nóvember 2016) 3156 UNTS 79.

<sup>65</sup> Archie B Carroll og Kareem M Shabana, „The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice“ (2010) 12 International journal of management reviews: IJMR 85, 85–86.

<sup>66</sup> sama heimild 88.

<sup>67</sup> sama heimild 89.

<sup>68</sup> sama heimild.

<sup>69</sup> Commission, „A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility“ (Communication) COM(2011) 681 final 6.

gengur í báðum tilvikum út á ákveðin gildi, jafnvægi og ábyrgð.<sup>70</sup> Hugtakið sjálfbærni hefur bætt við og stækkað þá umræðu sem hefur átt sér stað síðustu 20 ár um samfélagsábyrgð fyrirtækja.<sup>71</sup> Hugtakið hefur verið skilgreint sem sú mannlega hæfni að viðhalda velferð alls lífs, þar með talið líf komandi kynslóða.<sup>72</sup> Hugtakið var einnig skilgreint í skýrslu svokallaðrar Brundtland-nefndar frá árinu 1987 sem starfaði á vegum Sameinuðu þjóðanna. Þar segir að sjálfbær þróun sé „að mæta þörfum samtímans án þess að skaða möguleika komandi kynslóða til að mæta þörfum sínum“.<sup>73</sup> Meðal bæði fræðimanna og fyrirtækja hefur hugtakið sjálfbærni orðið eftirsóttara í notkun. Það virðist stafa að mestu leyti vegna þess hversu gildishlaðið hugtakið um samfélagsábyrgð fyrirtækja er álitnið vera. Hugtakið sjálfbærni er talið bera með sér jafnari heildarnálgun að efnahagslegum álitafnum sem og samfélagslegum.<sup>74</sup>

Framkvæmdastjórn Evrópusambandsins samþykkti „Grænan sáttmála fyrir Evrópu“ (e. The European Green Deal) árið 2019. Sáttmálinn er svar Evrópusambandsins við loftlags- og umhverfistengdum áskorunum sem eru taldar eitt mikilvægasta verkefni núverandi kynslóðar. Með sáttmálanum var ný stefna tekin í átt að umbreyta Evrópusambandinu í samfélag sem starfar með sanngirni og velmegun að leiðarljósi. Samfélag þar sem hagkerfið er auðlindahagkvæmt og samkeppnishæft, losun gróðurhúsalofttegunda er engin árið 2050 og hagvöxtur er ótengdur auðlindanoktun.<sup>75</sup> Sáttmálinn er mikilvægur liður í áætlun Evrópusambandsins til að stuðla að heimsmarkmiðum Sameinuðu þjóðanna.<sup>76</sup> Auk þess að setja á fót nýjar ráðstafanir, mun framkvæmdastjórn Evrópusambandsins vinna með aðildarríkjum til að efla viðleitni og tryggja að núverandi löggjöf sem og stefnum sé framfylgt og að innleiðing sé framkvæmd á skilvirkan máta.<sup>77</sup> Allar aðgerðir og stefnur Evrópusambandsins skulu stuðla að markmiðum Græna sáttmálans.<sup>78</sup>

Til þess að tryggja að þær breytingar sem skulu fylgja sáttmálanum verði óafturkræfar, til að veita fjárfestum fyrirsjáanleika og til að tryggja að skilyrðin fyrir skilvirka breytingu yrðu sett fram á skýran máta, setti framkvæmdastjórnin fram loforð um tillögu til reglugerðar vegna

---

<sup>70</sup> Carroll og Shabana (n. 66) 86.

<sup>71</sup> Archie B Carroll, „Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct’s Development and Future“ (2021) 60 Business & society 1258, 1266.

<sup>72</sup> Jie Meng, „Sustainability: A Framework of Typology Based on Efficiency and Effectiveness“ (2015) 35 Journal of macromarketing 84, 84.

<sup>73</sup> World Commission, „Report of the World Commission and Environment and Development: Our Common Future“ (United Nations 1987) 2. kafli, 1. mgr. <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>> skoðað 1. maí 2023.

<sup>74</sup> Carroll (n. 72) 1266–1267.

<sup>75</sup> Commission, „The European Green Deal“ (Communication) COM (2019) 640 final 2.

<sup>76</sup> sama heimild 3.

<sup>77</sup> sama heimild 4.

<sup>78</sup> sama heimild 3.

sérstakra „loftlagslaga“ (e. „Climate Law“). Með reglugerðinni átti að festa markmiðið um hlutleysi í loftlagsmálum árið 2050 í lög. Að sama skapi skyldu „loftlagslögin“ tryggja það að stefnur Evrópusambandsins stuðli að markmiðinu um loftlagshlutleysi, sem og að tryggja að sérhver geiri samfélagsins taki virkan þátt og sinni sínu hlutverki. Efling loftlagslöggjafar er því að auki liður í að koma í veg fyrir grænþvott.<sup>79</sup> Tillagan um „Evrópsku loftlagslögin“ var lögð fram í mars 2020 og reglugerðin hefur verið í gildi frá júní 2021.<sup>80</sup>

Á Íslandi hafa verið sett á fót ákveðin verkefni til að stuðla að sjálfbærni og samfélagsábyrgð fyrirtækja. Íslensk stjórnvöld hafa til að mynda sett á fót samstarfsvettvanginn „Sjálfbært Ísland“. Hlutverk vettvangsins er að hraða aðgerðum til að ná markmiðum um sjálfbæra þróun líkt og þau koma fram í heimsmarkmiðum Sameinuðu þjóðanna og velsældaráherslum ríkisstjórnarinnar.<sup>81</sup> Samtökin Festa, miðstöð um sjálfbærni, voru svo stofnuð árið 2011 af nokkrum íslenskum fyrirtækjum. Miðstöðinni er ætla að auka þekkingu á samfélagsábyrgð ásamt því að veita fyrirtækjum aðstoð við að gera starfsemi sína samfélagslega ábyrgari. Til að fá aðild í samtökin þurfa fyrirtæki að uppfylla skilyrði sem eru framsett í samþykktum samtakanna. Festa er meðal annars aðili að CSR Europe, sem eru Evrópusamtök um sjálfbærni og samfélagsábyrgð.<sup>82</sup>

### 3.1. Gildandi neytendalöggjöf Evrópusambandsins sem varðar grænþvott

Neytendavernd, umhverfisvernd og sjálfbærni eru grundvallaratriði í starfsemi Evrópusambandsins. Í Sáttmálanum um Evrópusambandið (e. Treaty on the European Union (TEU)) kemur fram að Evrópusambandið skuli, meðal annars, vinna að sjálfbærri þróun í Evrópu, öflugri umhverfisvernd og auknum umhverfisgæðum, sbr. 3. mgr. 3. gr. TEU.

Sáttmáli um starfshætti Evrópusambandsins (e. Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU)) og sáttmáli Evrópusambandsins um grundvallarréttindi (e. Charter of Fundamental Rights of the European Union (CFREU)) krefjast báðir öflugrar neytendaverndar.<sup>83</sup> Í 169. gr. TFEU kemur fram að sambandið skuli leggja sitt af mörkum til

---

<sup>79</sup> sama heimild 4.

<sup>80</sup> Commission, „Proposal for a Parliament and Council Regulation establishing the framework for achieving climate neutrality and amending Regulation (EU) 2018/1999 (European Climate Law)“ COM(2020) 80 final; Parliament and Council Regulation (EU) 2021/1119 of 30 June 2021 establishing the framework for achieving climate neutrality and amending Regulations (EC) No 401/2009 and (EU) 2018/1999 (‘European Climate Law’) [2021] OJ L243/1.

<sup>81</sup> Forsætisráðuneytið, „Sjálfbært Ísland“ (*Stjórnarráð*) Samstarfsvettvangur um sjálfbæra þróun, 1. og 2. mgr. <<https://www.stjornarradid.is/verkefni/sjalfbaert-island/>> skoðað 11. maí 2023.

<sup>82</sup> „Um Festu - Festa“ (*Festa, miðstöð um sjálfbærni*) <<https://www.sjalfbaer.is/festa>> skoðað 14. maí 2023.

<sup>83</sup> Consolidated Versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union [2016] OJ C202/01, 169.gr; Charter of Fundamental Rights of the European Union [2016] OJ C202/389, 38.gr.

að stuðla að hagsmunum neytenda og tryggja öfluga neytendavernd. Einnig kemur fram í 38. gr. CFREU að „stefnur sambandsins skulu tryggja öfluga neytendavernd“.

Tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 2005/29/EC frá 11. maí 2005 um óréttmæta viðskiptahætti gagnvart neytendum á innri markaðinum og um breytingu á tilskipun ráðsins 84/450/EEC, tilskipunum Evrópuþingsins og ráðsins 97/7/EC, 98/27/EC og 2002/65/EC og reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins nr. 2006/2004 (Tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti) er sú gildandi löggjöf sem álíta má að nái mest utan um fyrirbærið grænþvott. Markmiðið með tilskipuninni er að stuðla að virkni innri markaðarins og að koma á ríkari neytendavernd með setningu laga um óréttmæta viðskiptahætti.<sup>84</sup> Þó ekki séu nákvæmar reglur varðandi umhverfisfullyrðingar í tilskipuninni, þá veitir regluverkið lagalegan grundvöll gegn því að fyrirtæki setji umhverfisfullyrðingar fram á þann veg sem teljast óréttmætar í garð neytenda.<sup>85</sup> Ákvæði tilskipunarinnar hafa verið innleidd í íslenska löggjöf með lögum nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Fjallað er nánar um lög in í kafla 4.1.

Evrópusambandið hefur sett fram nokkrar lykilgerðir varðandi sjálfbæran rekstur og ábyrgar fjárfestingar sem eru liður í aðgerðaráætlun sambandsins í tengslum við Græna sáttmálann sem búið er að tæpa á.<sup>86</sup> Gerðirnar eru þó ekki tæmandi taldar er varðar regluverk frá Evrópusambandinu sem gæti náð utan um grænþvott. Það yrði þó hæpið að ætla að tæpa á öllum þeim tilskipunum og reglugerðum sem Evrópusambandið hefur gefið út í tengslum við umhverfismerki og neytendavernd.<sup>87</sup> Verður því látið nægja að fjalla um tvær reglugerðir sem hafa báðar það markmið að sporna við grænþvotti.

Reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2020/852 um að koma á ramma til að greiða fyrir sjálfbærri fjárfestingu og um breytingu á reglugerð (ESB) 2019/2088 (EU Taxonomy), stundum nefnd „flokkunarreglugerðin“, setur fram flokkunarkerfi sem skilgreinir hvað telst til umhverfislega sjálfbærrar starfsemi fyrirtækja. Ákveðin viðmið eru sett fram sem skilgreina hvort atvinnustarfsemi uppfyllir skilyrði þess að teljast umhverfislega sjálfbær og þá

---

<sup>84</sup> Parliament and Council Directive 2005/29/EC of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council (‘Unfair Commercial Practices Directive’) [2005] OJ L149/22, 1. gr.

<sup>85</sup> Commission Notice Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market [2021] OJ C526/1, 4. kafli, bls. 73.

<sup>86</sup> Commission, „The European Green Deal“ (n. 76).

<sup>87</sup> Commission Notice Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market [2021] OJ C526/1, Kafli 4.1.1.1. á bls. 73. Í kaflanum eru taldar upp nokkrar gerðir á vegum Evrópusambandsins sem gætu átt við um grænþvott.

hversu sjálfbær rekstur fyrirtækja er í heild sinni.<sup>88</sup> Þetta á að koma í veg fyrir að flokkunarkerfi og viðmið aðildarríkja séu mismunandi eða að mismunandi kröfur séu settar fram, þar sem það getur leitt til hindrana á hinum innri markaði Evrópusambandsins.<sup>89</sup> Í 9. gr. reglugerðarinnar er mælt fyrir um þau sex umhverfismarkmið sem stefna skal að. Þau eru mildun loftlagsbreytinga, aðlögun að loftlagsbreytingum, sjálfbær notkun og verndun vatns, og sjávarauðlinda, umbreyting yfir í hringrásarkerfi, mengunarvarnir og -eftirlit, og verndun og endurheimt líffræðilegrar fjölbreytni og vistkerfa. Viðmiðin fyrir umhverfislega sjálfbæra atvinnustarfsemi eru samkvæmt 3. gr. reglugerðarinnar. Starfsemi telst vera umhverfislega sjálfbær ef hún stuðlar verulega að einu eða fleiri umhverfismarkmiðum 9. gr. Jafnframt má starfsemin ekki skaða umhverfismarkmiðin og krafa er gerð um lágmarksverndarráðstafanir. Þá þarf starfsemin að uppfylla tæknileg matsviðmið sem sett eru fram í „framseldum reglugerðum“ (e. „delegated acts“) sem eru settar á grundvelli reglugerðarinnar. Reglugerðin er mikilvægt skref í átt að markmiðum Parísarsamningsins og er liður í að vinna gegn grænþvotti.<sup>90</sup> Í reglugerðinni vísar hugtakið grænþvottur til þess að „ósanngjarnir samkeppnisyfirburðir fást með því að markaðssetja fjármálaafurð sem umhverfisvæna þegar grundvallarumhverfisstaðlar hafa í reynd ekki verið uppfylltir“.<sup>91</sup> Miðað við fyrri umfjöllun um grænþvott virðist hugtakið vera skilgreint tiltölulega þröngt í reglugerðinni.

Reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2019/2088 um upplýsingagjöf tengda sjálfbærni á sviði fjármálaþjónustu (SFDR) hefur það að markmiði að samræma reglur um upplýsingar sem aðilum á fjármálamarkaði og fjármálaráðgjafar skulu veita fjárfestum áður en samningur er gerður. Lögð er skylda á þessa aðila til að birta upplýsingar um þá áhættu sem tengist sjálfbærni svo endafjárfesti sé kleift að taka upplýstari fjárfestingarákvarðanir.<sup>92</sup>

Frumvarp til laga um upplýsingagjöf um sjálfbærni á sviði fjármálaþjónustu og flokkunarkerfi fyrir sjálfbærar fjárfestingar var lagt fyrir alþingi 8. nóvember 2022, þar sem innleiða átti flokkunarreglugerðina og SFDR reglugerðina í íslensk lög.<sup>93</sup> Frumvarpið var samþykkt 3.maí 2023 á Alþingi og taka lögin gildi þann 1. júní 2023.

---

<sup>88</sup> Parliament and Council Regulation (EU) 2020/852 of 18 June 2020 on the establishment of a framework to facilitate sustainable investment, and amending Regulation (EU) 2019/2088 [2020] OJ L198/13; Festa, „Vegvísir: Lög og reglur Evrópusambandsins um sjálfbærni“ (Festa 2023) 4 <<https://samfelagsabyrgd.is/assets/2023/01/vegvisir-log-og-reglur.pdf>> skoðað 25. apríl 2023.

<sup>89</sup> Parliament and Council Regulation (EU) 2020/852 of 18 June 2020 on the establishment of a framework to facilitate sustainable investment, and amending Regulation (EU) 2019/2088 [2020] OJ L198/13, 11. liður inngangsorða reglugerðarinnar.

<sup>90</sup> sama heimild, 3. og 11. liður í inngangi reglugerðarinnar.

<sup>91</sup> sama heimild, 11. liður í inngangi reglugerðarinnar.

<sup>92</sup> Parliament and Council Regulation (EU) 2019/2088 of 27 November 2019 on sustainability-related disclosures in the financial services sector [2019] OJ L317/1, 10. liður í inngangi reglugerðarinnar.

<sup>93</sup> Alþt. 2022-2023, A-deild, þskj. 463 - 415. mál.

Evrópusambandið leggur upp með mikla umbótavinnu í umhverfis- og neytendamálum og eru þessar reglugerðir hluti af því. Ísland er aðili að samningnum um Evrópska efnahagssvæðið og hefur lögfest hann með lögum nr. 2/1993. Íslensk stjórnvöld bera því skyldu til að innleiða þær reglugerðir og tilskipanir frá Evrópusambandinu sem eru teknar upp í EES-samninginn, sbr. 7. gr. laga nr. 2/1993. Ísland er því skuldbundið til að fylgja stefnu Evrópusambandsins meðal annars að því sem varðar grænþvott.

## **4. Íslensk neytendalöggjöf sem varðað getur grænþvott**

Hér munu sjónir beinast að gildandi lagabálkum í íslenskri löggjöf sem tengjast verndun hagsmuna neytenda. Metið verður hvaða löggjöf nær utan um fyrirbærið grænþvott og að hvaða leyti spornar hún við slíkri háttsemi.

### **4.1. Lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu nr. 57/2005**

Lög nr. 57/2005 tóku gildi 1. júlí árið 2005. Er lögin tóku gildi hétu þau „eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins“.<sup>94</sup> Talið var nauðsynlegt að efla eftirlit með samkeppnishömlum á markaði og vegna þess ætti að setja sérstök lög um eftirlitið og fella ákvæði um það brott úr þáverandi samkeppnislögum nr. 25/1993. Með frumvarpi til laga nr. 57/2005 var eftirlitið fært frá samkeppnisyfirvöldum yfir til Neytendastofu. Samhliða frumvarpinu var lagt fram frumvarp að lögum um Neytendastofu nr. 62/2005.<sup>95</sup> Lögum nr. 57/2005 var breytt með breytingarlögum nr. 50/2008, sem gengu í gildi 7. júní 2008. Með breytingarlögunum var innleidd tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 2005/29/EC frá 11. maí 2005 um óréttmæta viðskiptahætti, sbr. 5. gr. breytingarlaganna. Fjallað var stuttlega um tilskipun 2005/29/EB í kafla 3. Með breytingarlögunum voru gerðar nokkrar veigamiklar breytingar á lögunum frá 2005. Til að mynda var nafni laganna breytt í „lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“, sbr. 4. gr. breytingarlaga, þar sem það heiti þótti meira lýsandi fyrir lagabálkinn samkvæmt athugasemdum frumvarpsins.<sup>96</sup> Í almennum athugasemdum við frumvarp breytingarlaganna er tekið fram að með innleiðingu tilskipunarinnar yrði gerður greinarmunur á fjárhagslegum hagsmunum neytenda og annarri neytendavernd. Þágildandi lög nr. 57/2005 höfðu ekki gert slíkan greinarmun á hagsmunum

<sup>94</sup> Alþt. 2004-2005, A-deild, þskj. 884 - 591. mál.

<sup>95</sup> sama heimild, almennar athugasemdir, kafla I.

<sup>96</sup> Alþt. 2007-2008, A-deild, þskj. 603 - 362. mál, athugasemdir við 4. gr.

neytenda.<sup>97</sup> Breytingar sem áttu sér stað á ákvæðum lagabálksins með breytingarlögunum, og skipta máli samhengisins vegna, gilda flestar enn og miðar því áframhaldandi umfjöllun að nógildandi lagaákvæðum laga nr. 57/2005.

Í 1. gr. laganna segir að lögin taki til „hvers konar atvinnustarfsemi, framleiðslu, verslunar og þjónustu“. Það breytir engu hvort hún er rekin af einstaklingi, félagi, opinberum aðila eða öðrum. Hugtakið viðskiptahættir er svo skilgreint í 6. lið 1. mgr. 3. gr. sem „markaðssetning fyrirtækja eða önnur athöfn, athafnaleysi eða háttarni sem tengist kynningu á vöru eða þjónustu eða viðskiptum með vöru og þjónustu“. Í 5. gr. segir svo að óréttmætir viðskiptahættir séu bannaðir. Þetta bann gildir áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru eiga sér stað eða þjónusta er veitt. Í 8. gr. segir að „viðskiptahættir eru óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða eru líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda“. Í almennum athugasemdum við frumvarp til breytingarlaga nr. 50/2008 segir að þrátt fyrir að fjárhagslegir hagsmunir neytenda séu ekki sérstaklega skilgreindir þá er vísað til þess ítrekað í tilskipuninni að athöfn eða athafnarleysi sé óréttmæt ef hún veldur því að neytandi tekur viðskiptaákvörðun sem hann hefði annars ekki tekið.<sup>98</sup> Í athugasemdum við 8. gr. kemur fram að það þurfi því að skoða hvort háttsemi fyrirtækis geri það að verkum að neytandi tekur viðskiptaákvörðun sem hann hefði annars ekki tekið þegar mat er lagt á hvort háttsemi fyrirtækis teljist óréttmæt.<sup>99</sup> Í 8. gr. er tekið fram að háttsemi fyrirtækisins þurfi að hafa raskað fjárhagslegum hagsmunum neytenda „verulega“ eða vera líkleg til þess. Um þetta segir í frumvarpinu að leggja þurfi til grundvallar hvort viðskiptahættir hafi þessi áhrif á hegðun hins „venjulega“ neytanda. Það hafi ekki þýðingu hvaða áhrif viðskiptahættirnir hafi á einn tiltekinn neytenda, heldur skal líta til þess hvaða áhrif almennt má ætla að viðskiptahættir hafi á hóp neytenda. Það skal því meta hvaða áhrif markaðssetning sem beint er að sérstökum hópi neytenda hefur á hinn venjulega neytenda í þeim hópi.<sup>100</sup> Það má því túlka út frá þessu að ef háttsemi fyrirtækis sem stundar grænþvott ætti að teljast sem óréttmætir viðskiptahættir, þá þarf að meta það út frá því hvort umhverfisvæn markaðssetning hafi veruleg eða sé líkleg til þess að hafa veruleg áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda.

Í 9. gr. laga nr. 57/2005 eru viðskiptahættir sem teljast villandi taldir upp. Viðskiptahættir teljast villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur eða veita þeim rangar

---

<sup>97</sup> sama heimild, almennar athugasemdir, 2. mgr.

<sup>98</sup> sama heimild, almennar athugasemdir, 4. mgr.

<sup>99</sup> sama heimild, athugasemdir við d. lið 2. gr.

<sup>100</sup> sama heimild, athugasemdir við d. lið 2. gr.



upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti. Í a.-g. liðum 1. mgr. 9. gr. eru talin upp þau atriði sem skipta máli varðandi ranga upplýsingagjöf. Í samhengi við grænþvott þá teljast viðskiptahættir villandi sem veita rangar upplýsingar um: eðli vöru eða þjónustu, sbr. a. liður, helstu einkenni vöru eða þjónustu, sbr. b.liður, og „réttindi, hæfni eða annað sem varðar aðstæður söluaðila eða fulltrúa hans, stöðu á markaði, skyldur, vörumerki og önnur hugverkaréttindi“, sbr. f. liður 1. mgr. 9. gr. Í athugasemdum við frumvarp er tekið fram að viðskiptahættir skulu teljast villandi ef þeir fela það í sér að blekkja hinn venjulega neytenda. Ef framsetning er almenn, jafnvel þó hún innihaldi réttar staðreyndir, veldur því eða er líkleg til að valda því að neytandinn taki viðskiptaákvörðun sem hann hefði annars ekki gert, þá fellur slík háttsemi undir villandi viðskiptahætti.<sup>101</sup> Í 2. mgr. 9. gr. segir að viðskiptahættir geti líka verið villandi ef ekki er greint frá upplýsingum sem geta skipt máli fyrir neytendur. Sama gildir ef upplýsingum er leynt í þeim tilgangi að hafa áhrif á viðskiptaákvörðun neytenda. Í athugasemdum með frumvarpi segir að viðskiptahættir geti einnig talist villandi ef fyrirtæki veitir upplýsingar á óljósan eða margræðan hátt.<sup>102</sup> Í 3. mgr. 6. gr. laganna segir að fullyrðingar sem koma fram í auglýsingum eða með öðrum hætti þarf fyrirtæki að geta fært sönnur á. Í frumvarpi til breytingarlaga nr. 50/2008 kemur fram að með setningu ákvæðisins hafi áralöng framkvæmd og venja verið lögfest.<sup>103</sup>

Í 13. gr. laganna segir að „óheimilt sé að hafast nokkuð það sem brýtur í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi eins og þeir eru tíðkaðir eða eitthvað það sem óhæfilegt er gagnvart hagsmunum neytenda“. Hér gengur íslensk löggjöf lengra en tilskipun 2005/29/EB sem innleidd var með breytingarlögum nr. 50/2008. Í athugasemdum með frumvarpi breytingarlaganna kemur fram að rétt væri að halda í þessa reglu í þeim tilgangi að ná utan um þau ófjárhagslegu atriði sem tilskipunin gildir ekki um, til dæmis atriði sem tengjast smekk og velsæmi neytenda.<sup>104</sup> Það má því álykta að háttsemi fyrirtækis sem telst falla undir skilgreiningu grænþvottar, getur fallið hér undir í þeim tilfellum sem háttsemin raskar ekki fjárhagslegum hagsmunum neytenda.

Í 2. mgr. 8. gr. mælir fyrir um að ráðherra setji reglugerð um þá viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir. Reglugerð nr. 160/2009 um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir er sett með heimild 2. mgr. 8 .gr. laga nr. 57/2008. Í leiðbeiningum sem framkvæmdastjórn Evrópusambandsins gaf út við túlkun og

---

<sup>101</sup> sama heimild, athugasemdir við e. lið 2. gr.

<sup>102</sup> sama heimild, athugasemdir við e. lið 2. gr.

<sup>103</sup> sama heimild, athugasemdir við b. lið 2. gr.

<sup>104</sup> sama heimild, athugasemdir við i. lið 2. gr.

beitingu tilskipunar 2005/29/EC um óréttmæta viðskiptahætti má finna dæmi um hvaða ákvæði reglugerðar nr. 160/2009 geti átt við um umhverfisfullyrðingar.<sup>105</sup> Með hliðsjón af leiðbeiningunum má telja að 1., 2., 3., 4. og 10. mgr. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009 geti átt við þegar um grænþvott er að ræða. Viðskiptahættir ættu því að teljast óréttmætir undir öllum kringumstæðum í tilviki grænþottar þegar: söluaðili segist hafa undirritað siðareglu þó það hafi ekki verið gert, sbr. 1. mgr.; gæðavottun, gæðamerkingu eða sambærilegum gögnum er framvísað án heimildar, sbr. 2. mgr.; söluaðili heldur fram að siðareglur hafi fengið vottun þegar svo er ekki, sbr. 3. mgr.; söluaðili heldur því ranglega fram að hann eða vara hans hafi fengið samþykki, áritun eða heimild frá opinberri stofnun eða einkaaðila þegar söluaðili fer í raun ekki eftir skilmálum um samþykkið, áritunina eða heimildina, sbr. 4. mgr.; og að setja fram réttindi sem sérstök einkenni fyrir tilboð söluaðilans, þegar réttindin eru varin með lögum sbr. 10. mgr.

Samkvæmt 1. mgr. 4. gr. laga nr. 57/2005 fer Neytendastofa með eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu fyrirtækja. Samkvæmt VIII. Kafla laganna hefur Neytendastofa heimild til upplýsingaöflunar í tengslum við athugun á háttsemi og starfsemi fyrirtækja. Neytendastofa getur gripið til aðgerða gegn þeim viðskiptaháttum sem brjóta ofangreind ákvæði, sbr. 2. mgr. 21. gr. c. Þær aðgerðir geta falið í sér bann, fyrirmæli eða heimild með ákveðnu skilyrði. Neytendastofa hefur heimild til að leggja á stjórnvaldssektir, dagsektir, lögbann, fésektir og fangelsisrefsingu ef sakir eru miklar, sbr. IX. Kafli laganna.

Neytendastofa starfar á grundvelli laga nr. 62/2005 sem tóku gildi þann 1. júlí 2005. Í almennum athugasemdum við frumvarp kemur fram að aðal markmiðið með stofnun Neytendastofu var að efla starf að neytendamálum og neytendavernd. Ákveðinn munur væri á eftirliti með samkeppnishömlum og neytendavernd. Það var talið óeðlilegt að Samkeppnisstofnun skyldi taka afstöðu til hagsmunagæslu neytenda þegar stofnunin ber það hlutverk að vera hlutlægur úrskurðaraðili um hvort leikreglum sé fylgt á markaðinum. Erfitt væri fyrir Samkeppnisstofnun sinna hagsmunagæslu fyrir einn aðila markaðarins gegn öðrum og væri því eðlilegra að þessi eftirlits hlutverk væru úthlutuð sitthvorum aðilanum.<sup>106</sup>

Neytendastofa er ríkisstofnun og skal starfa að stjórnsýsluverkefnum á sviði neytendamála, sbr. 1. gr. laganna. Þar sem neytendastofa er stjórnvald þá gilda ákvæði stjórnsýslulaga nr. 37/1993 (hér eftir stjórnsýslulög) um þær ákvarðanir sem Neytendastofa

---

<sup>105</sup> Commission Notice Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market [2021] OJ C526/1, 4. kafli, bls. 82.

<sup>106</sup> Alþt. 2004-2005, A-deild, þskj. 885 - 592. mál, almennar athugasemdir, 3. mgr.

tekur, sbr. 2. mgr. 1. gr. stjórnarsýslulaga. Meðferðir mála skulu því einnig vera í samræmi við ákvæði stjórnarsýslulaga og hafa þær stofnanir sem Neytendastofa rannsakar skv. lögum nr. 57/2005 því þau réttindi sem fylgja stjórnarsýslulögum, nema annað leiði af lögum. Samkvæmt 2. mgr. 4. gr. laga um Neytendastofu nr. 62/2005 má skjóta stjórnvaldsákvörðunum sem eru teknar á grundvelli laga nr. 57/2005 til áfrýjunarnefndar neytendamála.

#### **4.2. Lög um neytendakaup nr. 48/2003**

Þann 1. júní 2003 tóku gildi lög um neytendakaup nr. 48/2003 (hér eftir neytendakaupalög). Með setningu laganna voru ákvæði um neytendakaup tekin út úr lögum nr. 50/2000 um lausafjárkaup í þeim tilgangi að efla réttarstöðu neytenda og gera reglur um kaup sem fara fram á milli neytenda og seljanda í atvinnustarfsemi auðskiljanlegri og gegnsærri fyrir hinn almenna neytanda.<sup>107</sup>

Að svo miklu leyti sem ekki er mælt um annað þá gilda lögin um neytendakaup. Er þá átt við „sölu hlutar til neytanda þegar seljandi eða umboðsmaður hans hefur atvinnu sína af sölu“. sbr. 1. og 2. mgr. 1. gr. neytendakaupalaga. Í 16. gr. laganna er mælt fyrir um galla söluhlutar. Álitæfni er uppi hvort ósönn umhverfisfullyrðing geti talist vera galli í skilningi neytendakaupalaga og stofni þar með kröfu neytanda á seljanda sem stundar grænþvott.

Söluhlutur telst gallaður ef hann er ekki í samræmi við þær kröfur sem koma fram í 15. gr., sbr. a. liður 1. mgr. 16. gr. laganna. Í 1. mgr. 15. gr. segir að söluhlutur skuli fullnægja þeim kröfum sem leiða af samningi. Ef ekki leiðir annað af samningi skal söluhlutur meðal annars henta í þeim tilgangi sem sambærilegir hlutir eru notaðir til, sbr. a. liður, og hafa þá eiginleika sem neytandinn mátti vænta við kaup, sbr. b. liður 15. gr. Í athugasemdum við 15. gr. í frumvarpi til neytendakaupalaga kemur fram að ef eiginleikar sem seljandi hefur ábyrgst eru ekki til staðar er um galla að ræða.<sup>108</sup> Samkvæmt b. lið 1. mgr. 16. gr. telst söluhlutur einnig gallaður ef seljandi vanrækti að gefa upplýsingar sem varða hlutinn sem seljandi hlaut að þekkja til og neytandi mátti ætla að hann fengi og áætla megi að vanrækslan hafi haft áhrif á kaupin. Í athugasemdum frumvarps við 16. gr. er tekið fram að með ákvæðinu sé lögð skylda á seljanda til að gefa upplýsingar um galla eða eiginleika vörunnar sem skipta máli. Það sé þó matskennt til hvaða upplýsinga ákvæðið nær og því verði að skoða hvert tilvik fyrir sig. Skyldan nær ekki einungis til atvika sem seljandinn á að þekkja heldur nær hún einnig til atvika sem ekki er afsakanlegt að seljandinn viti ekki um.<sup>109</sup>

<sup>107</sup> Alþt. 2002-2003, A-deild, þskj. 904 - 556. mál, almennar athugasemdir, 3. og 5. mgr.

<sup>108</sup> sama heimild, athugasemdir við 15. gr., 3. mgr.

<sup>109</sup> sama heimild, athugasemdir við 16. gr., 3. mgr.

Í c. lið 1. mgr. 16. gr. kemur fram að söluhlutur telst einnig vera gallaður ef hann svarar ekki til þeirra upplýsinga sem seljandi hefur við markaðssetningu. Í athugasemdum við frumvarp er tekið fram að upplýsingar frá seljanda þurfa að vera afmarkaðar og að vissu leyti sérgreindar til þess að þær geti orðið grundvöllur ábyrgðar. Ef upplýsingarnar eru of almennar eða óljósar þá er ekki talið að þær geti orðið grundvöllur kröfugerðar á hendur seljanda vegna galla vöru.<sup>110</sup> Ef seljandi var í góðri trú eða hann gerði sér ekki grein fyrir því að upplýsingar um hlut væru rangar, þá getur hlutur samt sem áður verið talinn gallaður ef hann er ekki í samræmi við upplýsingar.<sup>111</sup> Einnig kemur fram í athugasemdum að ákvæðið taki einnig til upplýsinga sem eru sannar en hafa verið framsettar á villandi hátt.<sup>112</sup>

Það má velta því upp hvort ákveðin forsenda sé gerð varðandi að neytandi þurfi að hafa borið eitthvað tjón eða skaða af til þess að eiga kröfu á seljanda út af gölluðum hlut í tilfelli grænþvottar. Ef umhverfisfullyrðing er sett fram sem gefur í skyn að sérkenni vörunnar sé það að hún sé laus við ákveðið hættulegt efni, sem bannað er samkvæmt lögum, þá má líta svo á að það hafi engin sérstök áhrif á tiltekinn neytanda við notkun vörunnar. Fullyrðingin getur talist til óréttmæta viðskiptahátta skv. lögum nr. 50/2005 en erfitt er að halda því fram að varan sé gölluð í þessu tilviki sem sett var fram í dæmaskyni.

### **4.3. Samkeppnislög nr. 44/2005**

Samkeppnislög nr. 44/2005, (hér eftir samkeppnislög), tóku gildi 1. júlí 2005. Frumvarp til samkeppnislaga var lagt fram samhliða frumvarpi til laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu og frumvarpi til laga nr. 62/2005 um Neytendastofu.<sup>113</sup> Samkvæmt d. lið 1. gr. samkeppnislaga er markmið þeirra meðal annars að stuðla að heilbrigðu samkeppnisumhverfi sem er til hagsbóta fyrir neytendur. Undir gildissvið laganna fellur hvers konar atvinnustarfsemi, án tillits til þess hvort hún er rekin af einstaklingum, félögum, opinberum aðilum eða öðrum, sbr. 1. mgr. 2. gr. Í IV. kafla laganna er sett bann við samkeppnishömlum. 10. gr. bannar samninga, samþykktir og samstilltar aðgerðir milli fyrirtækja sem hafa það að markmiði eða af þeim leiðir að komið sé í veg fyrir samkeppni, henni sé raskað eða hún takmörkuð. 10. gr. samkeppnislaga virðist ekki geta náð utan um grænþvott að því leyti sem hann hefur verið skilgreindur í þessari ritgerð. Nema þá að um sé að ræða samstilltar aðgerðir milli fyrirtækja til að blekkja neytendur með umhverfisvænum

---

<sup>110</sup> sama heimild, athugasemdir við 16. gr., 5. mgr.

<sup>111</sup> sama heimild, athugasemdir við 16. gr., 7. mgr.

<sup>112</sup> sama heimild, athugasemdir við 16. gr., 9. mgr.

<sup>113</sup> Alþt. 2004-2005, A-deild, þskj. 883 - 590. mál, almennar athugasemdir, 23. mgr.

fullyrðingum í þeim tilgangi að hafa áhrif á samkeppni. Í 11. gr. er sett fram bann við misnotkun á markaðsráðandi stöðu. Fyrirtæki verður því að vera í markaðsráðandi stöðu til að ákvæðið eigi við. Í 2. mgr. 11. gr. er talin upp sú háttsemi sem getur meðal annars falið í sér misnóttun. Má því álykta að háttsemi sem er ekki talin upp í ákvæðinu geti samt sem áður fallið undir bannið við markaðsmisnotkun sem 11. gr. mælir fyrir um. Eins og fram hefur komið getur grænþvottur verið stundaður af þeirri ástæðu að fyrirtæki hyggst ná samkeppnisforskoti.<sup>114</sup> Það má því telja að grænþvottur sé eftir atvikum stundaður í þeim tilgangi að ná markaðsráðandi stöðu og mögulega einnig til að halda henni. Það má því líta svo á að ef fyrirtæki í markaðsráðandi stöðu setur fram umhverfisfullyrðingar sem hafa í för með sér samkeppnishamlandi afleiðingar, þá gæti slík háttsemi sem felur í sér grænþvott fallið undir bann 11. gr. samkeppnislaga.

## 5. Grænþvottarmál

Hér verður sjónum beint að málum þar sem reynt hefur á fyrirbærið grænþvott. Hvaða álitamál eru uppi og hvernig þau birtast. Í tveimur málum sem eru tekin fyrir hefur ekki komist á niðurstaða en eru þau sett fram í þeim tilgangi að sýna fram á þverfagleika grænþvottar.

### 5.1. Ákvarðanir Neytendastofu

#### 5.1.1. Ákvörðun 10/2021 í máli Slysavarnafélagi Landsbjargar

Umhverfisfullyrðingar frá Slysavarnafélaginu Landsbjörgu um umhverfisvænni flugelda birtust í áramótablaði Björgunarsveitar Hafnarfjarðar. Auglýsingin innihélt fullyrðingar líkt og „öndum léttar“ vegna „umhverfisvænni flugelda“ ásamt myndmerki af teiknuðum flugeld á grænum bakgrunni. Myndmerkið birtist eitt og sér og sem hluti af auglýsingaherferð þar sem nokkrar staðreyndir um flugeldasöluna voru taldar upp. Neytendastofa tók málið til skoðunar á þeim grundvelli að þessar fullyrðingar gætu varðað við ákvæði 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, ef fyrirtækið getur ekki fært sönnur á fullyrðingu sem er sett fram í auglýsingu. Einnig getur 1. mgr. 8. gr., b. liður 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr. átt við þar sem villandi fullyrðingar um einkenni vöru geta haft þau áhrif að neytandi taki viðskiptaákvörðun sem hann hefði annars ekki gert og getur því raskað verulega fjárhagslegri hegðun hans, sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 sem mælir fyrir um bann við óréttmætum viðskiptaháttum.

---

<sup>114</sup> Mitchell og Ramey (n. 12) 40–41.

Landsbjörg taldi ljóst að allar þær fullyrðingar sem voru settar fram í auglýsingunni væru réttar og rökstuddar og því væri ekki um óréttmæta, né villandi viðskiptahætti að ræða. Einungis voru settar fram staðreyndir um atriði og ráðstafanir sem félagið hefði gripið til í þeim tilgangi að gera flugelda sem samtökin seldu umhverfissvænni. Í auglýsingunni komu meðal annars fram eftirfarandi fullyrðingar: „frá árinu 2013 hafa allir innfluttir flugeldar verið CE vottaðir sem tryggir m.a. öruggari flugelda og minni mengun“, „flugeldarnir sem við seljum eru blýlausir og hafa verið í mörg ár“, „Plastpokar eru ekki lengur í boði á flugeldamörkuðum okkar“ og „skjótum rótum. Landsmönnum gefst kostur á að kolefnisjafna flugeldakaupin“.<sup>115</sup>

Neytendastofa taldi að neytendur gætu skilið auglýsingu félagsins á þann veg að þeir flugeldar sem Landsbjörg væri að selja væru umhverfissvænni en aðrir flugeldar á markaði. Sú trú neytenda væri styrkt með því myndmerki sem félagið notaði. Neytendastofa tók fram að fullyrðing félagsins um CE vottaða flugelda myndi einungis þýða það að flugeldarnir uppfylli ákveðin lágmarksskilyrði um öryggi. Mælt sé fyrir um það í reglugerð að einungis sé heimilt að setja á markað skotelda sem séu CE-merktir. Einnig tók Neytendastofa fram varðandi þá fullyrðingu félagsins að ekkert blý væri í flugeldunum, að blý væri efni sem ekki sé leyfilegt í flugeldum. Varðandi fullyrðinguna um plastpokana benti Neytendastofa á að óheimilt sé samkvæmt lögum að afhenda burðarpoka án endurgjalds. Að lokum tók Neytendastofa fram að gróðursetning á trjám leiðir ekki til þess að skoteldarnir sjálfir séu umhverfissvænni fyrir vikið.<sup>116</sup>

Í niðurstöðu ákvörðunar Neytendastofu kemur fram að stofan fagni þeirri viðleitni til umhverfismála sem Landsbjörg hefur gripið til. Sú viðleitni leiði þó ekki til þess að flugeldarnir sem slíkir séu umhverfissvænni en þeir voru áður. Fullyrðingarnar lúta að annað hvort að atriðum sem eru bönnuð samkvæmt lögum eða reglum eða atriðum sem hafa ekki nein áhrif á það hversu umhverfissvænir flugeldar eru. Tók Neytendastofa fram að það eitt að fylgja lögum og/eða reglum sem gilda um starfsemina þýðir ekki að hún sé endilega umhverfissvæn. Neytendastofa taldi að þær fullyrðingar sem komu fram í auglýsingu Slysavarnafélagsins Landsbjargar hefðu veitt rangar upplýsingar um helstu einkenni vörunnar. Þær upplýsingar sem komu fram voru líklegar til að leiða til þess að hinn venjulegi neytandi hefði tekið kaupákvörðun sem hann hefði annars ekki gert. Voru því fullyrðingarnar líklegar til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Slysavarnafélagið Landsbjörgu braut því gegn 1. mgr. 8. gr. og b. lið 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 með birtingu fullyrðinganna í

<sup>115</sup> sama heimild, Kafli I (2), 1., 2., 3., 5., 11. mgr.

<sup>116</sup> sama heimild, Kafli I (3), 1., 2., 3., 4., 6. mgr.

markaðssetningu sinni. Ákvað Neytendastofa að rétt væri að banna Slysavarnafélaginu Landsbjörgu að viðhafa slíka viðskiptahætti, með vísan til 2.mgr. 21.gr. c. laga nr. 57/2005.<sup>117</sup>

### 5.1.2. Óbirt ákvörðun Neytendastofu í máli Norðanfisks

Norðanfiskur ehf. setti fram umhverfisfullyrðingar á umbúðir vara félagsins. Leit fullyrðingin að því að um „vistvænt sjókvíaeldi“ væri að ræða. Neytendastofu barst ábending vegna þessa og óskaði í framhaldinu eftir svörum frá Norðanfiski um að færa sönnur fyrir tilgreindri fullyrðingu félagsins. Leit Neytendastofa svo á að fullyrðingin gæti varðað við ákvæði 1. mgr. 8. gr., b. og f. lið 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 13. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.

Í svari Norðanfisks við kröfu Neytendastofu kom meðal annars fram skilgreining félagsins um hvað teljist sem vistvænt sjókvíaeldi. Vísaði félagið í að það starfaði samkvæmt lögum og að félagið túlkaði íslenska löggjöf svo að land- og sjókvíaeldi laxa væri vistvænt. Neytendastofa tók fram að hugtakið „vistvænt“ væri skilgreint sem vara, framleiðsla eða framleiðsluferli sem mengi ekki eða spilli náttúru eða lífríki og sé því umhverfisvæn. Sú staðreynd að fiskeldi starfi samkvæmt lögum og hafi til þess starfsleyfi, gerir starfsemina ekki vistvæna samkvæmt skilgreiningu hugtaksins.<sup>118</sup>

Neytendastofa leit svo á að með notkun umhverfisfullyrðingarinnar hefði Norðanfiskur ehf. brotið gegn 1. mgr. 8. gr. b. og f. lið 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Neytendastofa bannaði Norðanfiski að viðhafa þessa viðskiptahætti, með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. fyrrgreindra laga. Þar sem Norðanfiskur fjarlægði fullyrðingarnar af umbúðum vara sinna þá aðhafðist Neytendastofa ekki frekar í málinu.<sup>119</sup>

### 5.1.3. Óbirt ákvörðun Neytendastofu í máli Fisherman

Fisherman ehf. setti fram umhverfisfullyrðingar varðandi að framleiðsla félagsins væri „vistvæn“ og „umhverfisvæn“. Einnig setti félagið fram fullyrðingar um lágmarks umhverfisþor og sjálfbærni. Neytendastofa taldi eftir skoðun að þessar fullyrðingar kröfðust sannana og nánari skýringa og óskaði eftir slíku frá Fisherman ehf. Neytendastofa taldi að fullyrðingarnar gætu varðað við ákvæði 1. mgr. 8. gr., b. og f. lið 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 13.

---

<sup>117</sup> sama heimild, Kafli II (3), 3., 4., 5. mgr.

<sup>118</sup> Ákvörðun Neytendastofu 27. maí 2022 (óbirt) í máli Norðanfisk ehf.; „Laxeldisgrænþvottur bannaður“ (Neytendasamtökin, 23. september 2022) vísast til 10. mgr. <<https://ns.is/2022/09/23/laxeldisgraenthvottur-bannadur/>> skoðað 14. maí 2023.

<sup>119</sup> Ákvörðun Neytendastofu 27. maí 2022 (óbirt) í máli Norðanfisk ehf.; „Laxeldisgrænþvottur bannaður“ (n. 120) vísast til 10. mgr.

gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005. Félagið brást við fyrirspurn Neytendastofu með loforði um að fjarlægja fullyrðingarnar og gerði svo slíkt.<sup>120</sup>

Neytendastofa taldi að Fisherman hefði brotið gegn 1. mgr. 8. gr. b. og f. lið 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu með notkun umhverfisfullyrðinga í kynningar- og auglýsingarefni félagsins sem voru settar fram án fullnægjandi sannana. Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laganna bannaði Neytendastofa félaginu að viðhafa slíka viðskiptahætti. Neytendastofa aðhafðist ekki frekar í málinu.<sup>121</sup>

#### **5.1.4. Ákvörðun nr. 5/2017 í máli Norðursiglingar**

Til álita kom í málinu hvort markaðssetning fyrirtækisins Norðursiglingar ehf. hefði falið í sér óréttmæta viðskiptahætti með noktun fullyrðingarinnar „carbon neutral“ ásamt öðru sem gefur í skyn að starfsemi fyrirtækisins sé umhverfisvæn, til dæmis notkun myndmerkis með laufblaði og grænum lit.<sup>122</sup> Málið hefst með kvörtun Gentle Giants Hvalaferða ehf. til Neytendastofu árið 2016 yfir markaðssetningu Norðursiglingar ehf. Í kvörtuninni kröfðust Gentle Giants þess að Neytendastofa skyldi banna notkun Norðursiglingar á auglýsingum þar sem fram kom orðalagið „carbon neutral“ ásamt öðru sem gaf í skyn að starfsemi fyrirtækisins væri umhverfisvænni en starfsemi Gentle Giants.<sup>123</sup> Helstu tveir keppinautar á markaði með hvalaskoðun á Húsavík eru Norðursigling ehf. og Gentle Giants Hvalaferðir ehf. Það er fákeppni á markaðinum og því geta atriði líkt og fullyrðingar um að annað fyrirtækið sé umhverfisvænna en hitt skipt sköpum.<sup>124</sup>

Gentle Giants hélt því fram að starfsemi Norðursiglingar væri ekki umhverfisvæn og að markaðssetning félagsins fæli í sér villandi og óréttmæta viðskiptahætti sem myndu fara gegn ákvæðum 2. mgr. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, þar sem auglýsingin væri ósanngjörn í garð keppinauts og fullyrðingar hennar væru ósannar. Einnig myndi fullyrðingin stríða gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr. og 1. mgr. 9. gr. þar sem markaðssetningin væri villandi og gæti það haft áhrif á kaupákvarðanir neytenda. Því væri fullyrðingin líkleg til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Háttsemi samkvæmt fyrrgreindum ákvæðum fellur undir bann 5. gr. laganna við óréttmætum

---

<sup>120</sup> Ákvörðun Neytendastofu 27. maí 2022 (óbirt) í máli Fisherman ehf.; „Laxeldisgrænþvottur bannaður“ (n. 120) vísast til 10. mgr.

<sup>121</sup> Ákvörðun Neytendastofu 27. maí 2022 (óbirt) í máli Fisherman ehf.; „Laxeldisgrænþvottur bannaður“ (n. 120) vísast til 10. mgr.

<sup>122</sup> Ákvörðun Neytendastofu 8. febrúar 2017 í máli nr. 5/2017, Kafli. III (1), 1. mgr.

<sup>123</sup> sama heimild, Kafli I (1), 1. mgr.

<sup>124</sup> sama heimild, Kafli I (1), 3. mgr.



viðskiptaháttum. Aukinheldur leit Gentle Giants svo á að 13. gr. laga nr. 57/2005 skyldi eiga við þar sem háttsemin bryti í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi. Fullyrðingin færi líka gegn ákvæðum 14. gr., þar sem óheimilt sé að veita rangar eða villandi upplýsingar í auglýsingum sem eru brenndar gagnvart keppinautum og gegn a., c., e. og g. liðum 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 um samanburðarauglýsingar.<sup>125</sup>

Norðursigling hafnaði því að um brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 um óréttmæta viðskiptahætti væri að ræða. Tók félagið fram að starfsemi þess væri umhverfisvæn og að félagið hafi sett sér markmið um að verða „Carbon Neutral“ fyrir árið 2020. Félagið tók fram að í bæklingi þeirra séu umhverfisstefnur félagsins skýrðar og að sumar ferðir félagsins séu kolefnishlutlausar á meðan aðrar eru það ekki og væri kvörtun Gentle Giants því byggð á misskilningi.<sup>126</sup>

Í niðurstöðum máls segir að Norðursigling hefur lagt áherslu á að gera starfsemi sína umhverfisvænni. Gögn málsins leiddu það þó í ljós að notkun Norðursiglingar á fullyrðingunni „carbon neutral“ var einungis yfirlýsing fyrirtækisins um sitt eigið ágæti en ekki vísun til vottunar utanaðkomandi aðila eða uppfyllingar ákveðins staðals.<sup>127</sup> Neytendastofa tók fram að yfirlýsingar sem koma frá fyrirtækjum að eigin frumkvæði sem vísa til jákvæðra umhverfisáhrifa verði að vera settar fram á skýran og ótvíræðan máta. Einnig þurfa fullyrðingarnar að vera studdar fullnægjandi gögnum. Neytendastofa nefndi einnig að þegar umhverfisfullyrðingar eru notaðar sem styðjast við tiltekin viðmið, þá skuli einungis nota þær í samræmi við þá vöru eða þjónustu sem uppfyllir viðmiðin.<sup>128</sup>

Neytendastofa leit svo á að fullyrðing Norðursiglingar væri almenn og óljós. Hinn almenni neytandi gæti tengt hana við ákveðna kosti og gæti fullyrðingin því haft áhrif á viðskiptaákvörðun hans.<sup>129</sup> Notkun fullyrðingarinnar væri víðtæk og áberandi og tengd við myndmerki sem sýnir lauf og grænan lit. Notkunin takmarkaðist ekki við þá þjónustu sem gat talist „carbon neutral“ og var fullyrðingin mikið notuð í tengslum við nafn félagsins. Neytendastofa leit því svo á að markaðssetningin gæti leitt hinn almenna neytenda til þess að telja starfsemi félagsins umhverfisvænni en hún er í raun.<sup>130</sup> Framsetning upplýsinganna væri hvorki áreiðanleg né skýr og sé villandi fyrir neytendur. Norðursigling braut því gegn 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og 9. gr., sbr. 5. gr. sem og 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005

<sup>125</sup> sama heimild, Kafli III (1), 1. mgr.

<sup>126</sup> sama heimild, Kafli III (1), 2. mgr.

<sup>127</sup> sama heimild, Kafli III (3), 1. og 2. mgr.

<sup>128</sup> sama heimild, Kafli III (3), 3. mgr.

<sup>129</sup> sama heimild, Kafli III (3), 4. mgr.

<sup>130</sup> sama heimild, kafli III (3), 6. mgr.

með markaðssetningu sinni. Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. bannaði Neytendastofa, Norðursiglingu ehf. að nota myndmerkið og textann „carbon neutral“ í markaðsefni félagsins á þann veg sem það telst villandi fyrir neytendur og ósanngjarnt fyrir keppinauta.<sup>131</sup>

Norðursigling hafði ekki fjarlægt markaðsefnið sem um ræðir rúmum fimm mánuðum frá ákvörðun Neytendastofu. Braut því Norðursigling gegn ákvörðun stofnunarinnar nr. 5/2017. Neytendastofa getur samvkæmt heimild í a. og b. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005 lagt á stjórnvaldssektir. Norðursiglingu var því gert að greiða stjórnvaldssekt vegna brotsins, með vísan til þeirrar heimildar.<sup>132</sup> Norðursigling kærði ákvörðun Neytendastofu til áfrýjunarnefndar neytendamála og krafðist þess að hin kærða ákvörðun yrði felld úr gildi.<sup>133</sup> Norðursigling byggði á því að Neytendastofa hefði ekki farið að stjórnarsýslulögum við ákvörðun hinnar kærðu niðurstöðu og að ekki hefði verið gætt að meðalhófi.<sup>134</sup> Áfrýjunarnefndin taldi ekki hafa verið slíkir annmarkar á málsmeðferðinni að uppi væri ástæða til að fella hina kærðu ákvörðun úr gildi. Var hin kærða ákvörðun nr. 27/2017 því staðfest.<sup>135</sup>

## **5.2. Erlend grænþvottarmál**

### **5.2.1. Greenpeace France og fleiri gegn TotalEnergies SE og TotalEnergies Electricité et Gaz France**

Félagið Greenpeace France, ásamt öðrum félagasamtökum (e. NGO'S), höfðaði mál þann 2. mars 2022 gegn TotalEnergies SE (móðurfélag TotalEnergies group) og TotalEnergies Electricité et Gaz France (eitt af dótturfélögum TotalEnergies group) og kröfðust þess að lagt yrði lögbandi á auglýsingar félagsins sem og að það yrði dæmt skaðabótaskyldt vegna villandi umhverfisfullyrðinga í markaðsefni félagsins. Málið snýr að auglýsingaherferð fyrirtækjanna sem var liður í „endurmörkun vörumerkisins“ (e. „rebrand“).<sup>136</sup> Félögin settu fram umhverfisfullyrðingar um markmið þeirra í að ná kolefnishlutleysi fyrir árið 2050 og auglýsti sig sem einn mikilvægasta leikmann í umbreytingu til sjálfbærrar þróunar. Einnig voru settar fram fullyrðingar um viðleitni félagsins í umhverfismálum. Greenpeace France, ásamt fleirum, taldi þessa háttsemi teljast sem grænþvottur. Fullyrðingarnar gefa í skyn að starfsemi félagsins

---

<sup>131</sup> sama heimild, Kafli IV.

<sup>132</sup> Ákvörðun Neytendastofu 2. ágúst 2017 í máli nr. 27/2017, Kafli II (2).

<sup>133</sup> Úrskurður áfrýjunarnefndar neytendamála í máli nr. 7/2017, 2. mgr.

<sup>134</sup> sama heimild, 17. mgr.

<sup>135</sup> sama heimild, 39. mgr.

<sup>136</sup> „Greenpeace France and Others v. TotalEnergies SE and TotalEnergies Electricité et Gaz France“ 1. mgr. <<http://climatecasechart.com/non-us-case/greenpeace-france-and-others-v-totalenergies-se-and-totalenergies-electricite-et-gaz-france/>> skoðað 1. maí 2023.

innihaldi umhverfisstefnu í loftlagsmálum sem samræmist Parísarsamningnum, þegar það virðist ekki vera raunin.<sup>137</sup>

Frönsk neytendalöggjöf hefur innleitt tilskipun 2005/29/EC um óréttmæta viðskiptahætti og byggir málsóknin því á svipuðum ákvæðum og eru í lögum nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Í gögnum með málinu er vísað til reglna sem samrýmast banni 5. gr. gegn óréttmætum viðskiptaháttum og 9. gr. um villandi viðskiptahætti. Engin niðurstaða er komin í málið þegar þetta er skrifað en hún mun hafa áhrif á önnur félög sem starfa á innri markaði Evrópusambandsins. Málið virðist vera fyrsta sinnar tegundar þar sem fullyrðingar, frá stórum olíu- og gasfélögum í Evrópu, um hlutleysi í loftlagsmálum eru ásakaðar um að vera grænþvottur.<sup>138</sup>

### 5.2.2. Vegetarian Society et al. of Denmark gegn Danish Crown

Í maí 2021 höfðu þrjú félagasamtök (NGO's) mál gegn fyrirtækinu Danish Crown. Fyrirtækið er samvinnufélag í eigu yfir 6000 bænda og er stærsti framleiðandi á svínakjöti innan Evrópusambandsins. Félagasamtökin sem höfðu málið halda því fram að fyrirtækið sé að afvegaleiða neytendur með markaðsherferð sinni. Markaðssetning Danish Crown setur fram þær fullyrðingar að framleiðsla á svínakjöti sé „loftlagsstýrð“ (e. climate controlled) og að svínakjöt sé „umhverfissvænna en maður myndi halda“.<sup>139</sup> Félagasamtökin halda því fram að Danish Crown sé að stunda grænþvott með því að gefa upp villandi upplýsingar um umhverfisstofur þeirra.<sup>140</sup> Fullyrðingarnar virðast ekki styðjast við nein sönnunargögn og sé því undir dómstólum að skoða það nánar.<sup>141</sup> Meðferð málsins hófst í janúar 2022 við Landsrätt Danmerkur og telur dómurinn að málið hafi mikla þýðingu við þróun og beitingar í löggjöf. Þegar þetta er skrifað er ekki komin niðurstaða í málið.<sup>142</sup> Félagasamtökin sem höfðu málið vonast eftir að málið setji fordæmi og tryggji þar með gagnsæi fyrir neytandann.<sup>143</sup>

---

<sup>137</sup> „Greenpeace France and Others v. TotalEnergies SE and TotalEnergies Electricité et Gaz France“ (n. 138); „SUMMONS BEFORE THE JUDICIAL COURT OF PARIS“ <[http://climatecasechart.com/wp-content/uploads/sites/16/non-us-case-documents/2022/20220302\\_15967\\_petition.pdf](http://climatecasechart.com/wp-content/uploads/sites/16/non-us-case-documents/2022/20220302_15967_petition.pdf)> skoðað 1. maí 2023.

<sup>138</sup> „Greenpeace France and Others v. TotalEnergies SE and TotalEnergies Electricité et Gaz France“ (n. 138) 6. mgr.; „SUMMONS BEFORE THE JUDICIAL COURT OF PARIS“ (n. 139) Kafi III (1).

<sup>139</sup> „Vegetarian Society et al. of Denmark v Danish Crown“ <<http://climatecasechart.com/non-us-case/vegetarian-society-et-al-of-denmark-v-danish-crown/>> skoðað 5. maí 2023, 1. mgr.

<sup>140</sup> sama heimild 2. mgr.

<sup>141</sup> „Green NGO's vs. Danish Crown: Denmark's first climate lawsuit is a reality“ 7. mgr. <<https://vegetarisk.dk/denmarks-first-climate-lawsuit-is-now-a-reality/>> skoðað 15. maí 2023.

<sup>142</sup> „Vegetarian Society et al. of Denmark v Danish Crown“ (n. 141) 3. mgr.

<sup>143</sup> „Green NGO's vs. Danish Crown: Denmark's first climate lawsuit is a reality“ (n. 143) 10. mgr.

## 6. Yfirvofandi breytingar á löggjöf?

### 6.1. Nýlegar tillögur Framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins

Með tillögu að tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins um breytingu á tilskipun 2005/29/EC og 2011/83/EU að því er varðar að efla neytendur fyrir grænu umskiptin með betri neytendavernd gegn óréttmætum viðskiptaháttum og sterkari upplýsingagjöf, hyggst Evrópusambandið efla neytendalöggjöf til verndar hagsmuna neytenda innan sambandsins.<sup>144</sup> Markmiðið er að stuðla að hreinu og grænu hagkerfi með því að auðvelda neytendum að taka upplýstar kaupákvæðanir og stuðla þar af leiðandi að sjálfbærari neyslu. Tillagan tekur líka til óréttmætra viðskiptahátta sem afvegaleiða neytendur frá sjálfbærum kostum og er ætlað að koma betur í veg fyrir grænþvott. Aukinheldur tryggir tillagan betri og samkvæmari beytingu neytendalöggjafar.<sup>145</sup> Tillagan miðar meðal annars að banni við umhverfismerkingum sem eru ekki vottaðar eða settar fram af viðurkenndum yfirvöldum, banni við almennum umhverfisfullyrðingum í markaðssetningu, banni við að setja fram umhverfisfullyrðingu um vöruna þegar hún á aðeins við einn hluta hennar og banni við að framsetja skilyrði samkvæmt lögum sem sérkenni vörunnar.<sup>146</sup> Á tilskipunin að hafa þau áhrif að skilvirkni neytendaverndar innan Evrópusambandsins aukist við það að skilgreina nánar hvenær og hvernig ákveðin háttsemi telst óréttmæt.<sup>147</sup>

Bannið við almennum umhverfisfullyrðingum í markaðssetningu á að fela í sér verulegan ávinning fyrir neytendur og léttu byrði fyrirtækja. Samkvæmt tilskipuninni verður fyrirtækjum einungis heimilt að setja fram almenna umhverfisfullyrðingu í þeim tilfellum þar sem hægt er að sýna fram á framúrskarandi umhverfisframmistöðu vörunnar eða fyrirtækisins.<sup>148</sup>

Bannið við að setja fram umhverfisfullyrðingu um vöru þegar hún á einungis við einn hluta hennar er ætlað að hafa álík áhrif fyrir neytendur. Reglur verða skýrari í augum fyrirtækja og jafnræði á milli þeirra er tryggt. Samkvæmt tilskipuninni skal vera heimilt að setja fram umhverfisfullyrðingu sem á við ákveðinn hluta vöru, svo lengi sem það er skýrt frá sjónarhorni neytenda að fullyrðingin á við ákveðna eiginleika en ekki alla vöruna.<sup>149</sup>

---

<sup>144</sup> Commission, „Proposal for a Parliament and Council Directive amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and better information“ COM (2022) 143 final.

<sup>145</sup> sama heimild 1.

<sup>146</sup> sama heimild 1–2.

<sup>147</sup> sama heimild 6.

<sup>148</sup> sama heimild 6–7.

<sup>149</sup> sama heimild 7.

Tilskipun 2005/29/EC um óréttmæta viðskiptahætti verður breytt þannig að ákvæði 1. mgr. 6. gr. hennar tekur til umhverfis- og félagslegra áhrifa, í samhengi við þá viðskiptahætti sem álíta má villandi ef þeir valda eða eru líklegir til að valda því að hinn „venjulegi“ neytandi taki kaupákvörðun sem hann hefði annars ekki tekið.<sup>150</sup> Að auki verður tveimur háttsemmum bætt við 2. mgr. 6. gr. tilskipunarinnar; Í fyrsta lagi skal umhverfisfullyrðing sem tengist framtíðar viðleitni án þess að um skýrar og sannreynanlegra skuldbindingar sé að ræða teljast villandi viðskiptahættir. Í öðru lagi skal það teljast til villandi viðskiptahátta að markaðssetja almenna viðskiptavenju á tilteknum markaði sem ávinning fyrir neytendur.<sup>151</sup> Tilskipun 2005/29/EC var innleidd í íslenskan rétt með lögum nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu eins og komið hefur fram. Ákvæði 9. gr. laga nr. 57/2005, svarar því til 6. gr. tilskipunar 2005/29/EC. Fjallað var um lög nr. 57/2005 í kafla 4.

Viðauka I við tilskipun 2005/29/EC um hvaða viðskiptahættir eru undir öllum kringumstæðum óréttmætir verður breytt með því að bæta við tíu viðskiptaháttum. Þar af að setja fram umhverfismerkingu sem er ekki byggð á gæðavottunarkerfi eða staðfest af yfirvöldum. Einnig skulu almennar umhverfisfullyrðingar sem fyrirtæki getur ekki sýnt fram á falla þar undir. Að setja fram umhverfisfullyrðingu um vöruna sem tekur einungis til hluta vörunnar skal aukinheldur falla þarna undir. Sem og að setja skilyrði sem sett eru með lögum fram sem sérkenni vöru. Eru þessar breytingar meðal annars gerðar með út frá sjónarmiðum um grænþvott.<sup>152</sup> Viðauki I við tilskipun 2005/29/EC samræmist reglugerð nr. 160/2009 sem fjallað var um í kafla 4.

Í framhaldi af þessari tillögu um breytingu á tilskipun 2005/29/EC og 2011/83/EU og útfrá markmiðum Evrópusambandsins að draga úr hættunni á grænþvotti setti framkvæmdastjórnin fram aðra tillögu í mars 2023 að tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins um rökstuðning og miðlun skýrra umhverfisfullyrðinga (tilskipun um grænar fullyrðingar (e. Green Claims Directive)).<sup>153</sup> Í þeirri tillögu er um sérhæfðara regluverk að ræða sem bætir við fyrirhugaða tillögu um breytingu á tilskipuninni um óréttmæta viðskiptahætti.<sup>154</sup> Markmið tilskipunarinnar er sem fyrr að bæta neytendavernd og að stuðla að umbreytingunni sem Græni sáttmálinn miðar að. Einnig er markmiðið að vernda félög og neytendur frá grænþvotti og veita þeim tækifæri á að taka upplýstar ákvarðanir. Aukinheldur er markmiðið að betrubæta

---

<sup>150</sup> sama heimild 14.

<sup>151</sup> sama heimild.

<sup>152</sup> sama heimild 15.

<sup>153</sup> Commission, „Proposal for a Parliament and Council Directive on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive)“ COM(2023) 166 final.

<sup>154</sup> sama heimild 1.

lagagrundvöllin í kringum umhverfisfullyrðingar. Tillagan að breytingu á tilskipuninni um óréttmæta viðskiptahætti tekur því til valkvæða viðskiptahátta fyrirtækja og markaðssetningu til neytenda áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru eiga sér stað eða þjónusta er veitt. Umfang tillögunar um tilskipunina um grænar fullyrðingar (e. Green Claims Directive) skal því ná yfir rökstuðning fyrir og miðlun valkvæða umhverfisfullyrðinga.<sup>155</sup>

## 6.2. Gagnrýni á fyrirhugaðar tilskipanir og áherslur Evrópusambandsins

Þekkingarmiðstöð fyrir heimsmarkmiðin (e. SDG Knowledge Hub) er vefsíða fyrir umræður og fréttir varðandi framkvæmd heimsmarkmiða Sameinuðu þjóðanna. Miðstöðin er á vegum alþjóðlegrar stofnunar fyrir sjálfbæra þróun (e. International Institute for Sustainable Development (IISD)) og ber sú stofnun ábyrgð á efni síðunnar.<sup>156</sup>

Í grein sem birtist á vefsíðunni var velt fram þeirri spurningu hvort þessar nýju tilskipanir Evrópusambandsins gætu bundið enda á grænþvott. Í fyrsta lagi segir í greininni að þessar breytingar gefi það sterklega í ljós að Evrópusambandinu sé alvara í athöfnum sínum við að berjast gegn grænþvotti. Árangur þessara tilskipana verði þó að koma í ljós eftir að öll smáatriðin eru framsett og að við fyrstu sýn virðist vera pláss til betrubætingar.<sup>157</sup>

Í öðru lagi segir að ákveðnar hugmyndir tilskipananna séu of stífar skilgreiningar og of miklar takmarkanir geta dregið úr tilætluðum ávinningi. Nauðsynlegt sé að jafnvægi sé haldið á milli þess að tryggja góða starfshætti og að efla nýsköpun.<sup>158</sup> Of miklar hömlur geti haft þau áhrif að vitundarvakning og aðgengi að upplýsingum um sjálfbærni dalar. Tekið er fram í greininni að bann við háttsemi sem telst vera grænþvottur sé ólíklegt til að ná árangri og frekar ætti að taka hverja kröfu um sig til efnislegs mats.<sup>159</sup>

Í þriðja lagi er áhyggjum lýst yfir þessum þrönga brennidepli Evrópusambandsins á loftlags- og umhverfistengdar kröfur. Á sama tíma og neytendur eiga að geta treyst umhverfisfullyrðingum fyrirtækja, þá eiga þeir einnig að geta treyst fullyrðingum um mannréttindi, starfsaðstæður, laun, og öðrum fullyrðingum sem beinast að félagslegum atriðum. Með því að láta þessi atriði standa viðskilja við umræðuna er ýtt undir hættuna á því

---

<sup>155</sup> sama heimild 7.

<sup>156</sup> IISD's SDG Knowledge Hub, „About the SDG Knowledge Hub | SDG Knowledge Hub | IISD“ (*IISD's SDG Knowledge Hub*) 1. og 2.mgr. <<https://sdg.iisd.org:443/about/>> skoðað 29. janúar 2023.

<sup>157</sup> David D'Hollander og Angela Giannini, „Can the EU's New Regulations End Greenwashing?“ (*IISD's SDG Knowledge Hub*, 5. október 2022) 6. mgr. <<https://sdg.iisd.org:443/commentary/guest-articles/can-the-eus-new-regulations-end-greenwashing/>> skoðað 10. maí 2023.

<sup>158</sup> sama heimild 8. mgr.

<sup>159</sup> sama heimild 10.mgr.

að dregið verði úr aðgerðum, fjárfestingum og vitundarvakningu á þessum mikilvægu sviðum.<sup>160</sup>

## 7. Niðurstöður

Það liggur fyrir að grænþvottur er flókið og margþætt fyrirbæri. Það hefur ekki verið skilgreint á nákvæman hátt hingað til og getur tekið margar birtingarmyndir. Grænþvottur er ýmist stundaður til þess að ná samkeppnisforskoti þar sem neytendur virðast almennt krefjast þess að vörur séu umhverfisvænar. Grænþvottur hefur margvísleg áhrif á samfélagið og raunverulegar viðleitni í umhverfismálum. Umhverfisvænar vörur eiga erfiðara með að komast inn á markaðinn vegna dvínandi trausts neytenda á markaðssetningu fyrirtækja. Með tilkomu heimsmarkmiðana og Parísarsamningnum hefur þrýstingur aukist til sjálfbærni og samfélagsábyrgðar. Kenningar um hvort fyrirtæki beri samfélagsábyrgð hafa þróast með tímanum frá hagsmunum hluthafa í hagsmuni haghafa. Evrópusambandið hefur síðustu ár tekið stefnubreytingu með meðal annars Græna sáttmálanum. Sú stefna hefur haft áhrif sín í löggjöf og hefur Evrópusambandið stefnt að umbótum í umhverfis- og neytendavernd. Lög nr. 50/2005 virðast ná best utan um þá háttsemi sem er viðhafin með grænþvotti. Lögin mæla fyrir um bann við óréttmætum viðskiptaháttum sem má leggja til grundvallar þegar fyrirtæki setur fram umhverfisfullyrðingu sem er villandi eða ósönn. Í ákvörðun Neytendastofu í máli Landsbjargar má sjá hversu vel löggjöfin nær utan um grænþvott í framkvæmd. Þær breytingar sem eru í vændum með nýjum tilskipunum Evrópusambandsins eiga eftir að herða löggjöf í kringum grænþvott og eiga að sporna betur við fyrirbærinu. Það er nauðsynlegt að mati höfundar að sporna betur við grænþvotti svo framþróun sjálfbærni geti átt sér stað. Neytendur sem vilja leggja sitt af mörkum til umhverfismála eiga ekki að þurfa að efast um hvernær kaupin þeirra voru raunverulega græn. Aðeins tíminn getur leitt í ljós hvort og þá hvernig alþjóðasamfélaginu tekst að útrýma grænþvotti.

---

<sup>160</sup> sama heimild 11. mgr.

## Heimildaskrá

Austin D, „Greenwish: The Wishful Thinking Undermining the Ambition of Sustainable Business“ (2019) 90 *Real-World Economics Review* 47 <<http://www.paecon.net/PAERreview/issue90/AustinD90.pdf>> skoðað 3. maí 2023

Bowen F og Aragon-Correa JA, „Greenwashing in Corporate Environmentalism Research and Practice: The Importance of What We Say and Do“ (2014) 27 *Organization & environment* 107

Carroll AB, „Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future“ (2021) 60 *Business & society* 1258

Carroll AB og Shabana KM, „The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice“ (2010) 12 *International journal of management reviews: IJMR* 85

Chen Y-S og Chang C-H, „Greenwash and Green Trust: The Mediation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk“ (2013) 114 (3) *Journal of business ethics* 489

Commission, „A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility“ (Communication) COM(2011) 681 final

—, „Proposal for a Parliament and Council Directive amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and better information“ COM (2022) 143 final

—, „Proposal for a Parliament and Council Directive on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive)“ COM(2023) 166 final

—, „Proposal for a Parliament and Council Regulation establishing the framework for achieving climate neutrality and amending Regulation (EU) 2018/1999 (European Climate Law)“ COM(2020) 80 final

—, „The European Green Deal“ (Communication) COM (2019) 640 final

Dahl R, „Green Washing: Do You Know What You're Buying?“ (2010) 118 *Environmental health perspectives* A246

de Freitas Netto SV o.fl., „Concepts and Forms of Greenwashing: A Systematic Review“ (2020) 32 (1) *Environmental sciences Europe* 1

Delmas MA og Burbano VC, „The Drivers of Greenwashing“ (2011) 54 *California management review* 64

D'Hollander D og Giannini A, „Can the EU's New Regulations End Greenwashing?“ (*IISD's SDG Knowledge Hub*, 5. október 2022) <<https://sdg.iisd.org:443/commentary/guest-articles/can-the-eus-new-regulations-end-greenwashing/>> skoðað 10. maí 2023

European Commission, „Screening of Websites for 'greenwashing': Half of Green Claims Lack Evidence“ (*European Commission*, 28. janúar 2021) <[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269)> skoðað 9. maí 2023



European Union, „Greenwashing: Your Guide to Telling Fact from Fiction When It Comes to Corporate Claims“ (30. júní 2022) <[https://climate-pact.europa.eu/news/greenwashing-your-guide-telling-fact-fiction-when-it-comes-corporate-claims-2022-06-30\\_en](https://climate-pact.europa.eu/news/greenwashing-your-guide-telling-fact-fiction-when-it-comes-corporate-claims-2022-06-30_en)> skoðað 3. maí 2023

Festa, „Vegvísir: Lög og reglur Evrópusambandsins um sjálfbærni“ (Festa 2023) <<https://samfelagsabyrgd.is/assets/2023/01/vegvisir-log-og-reglur.pdf>> skoðað 25. apríl 2023

Forsætisráðuneytið, „Sjálfbært Ísland“ (Stjórnarráð) <<https://www.stjornarradid.is/verkefni/sjalfbaert-island/>> skoðað 11. maí 2023

Global Fashion Agenda, „Demystifying Greenwashing, Greenwashing & Greenhushing“ <<https://globalfashionagenda.org/news-article/demystifying-greenwashing-greenwashing-greenwashing/>> skoðað 4. maí 2023

„Global Sustainability Study 2021: Initial Insights“ (Simon, Kucher & Partners 2021) <[https://www.simon-kucher.com/sites/default/files/studies/Simon-Kucher\\_Global\\_Sustainability\\_Study\\_2021.pdf](https://www.simon-kucher.com/sites/default/files/studies/Simon-Kucher_Global_Sustainability_Study_2021.pdf)> skoðað 9. apríl 2023

„Global Sweep Finds 40% of Firms’ Green Claims Could Be Misleading“ (GOV.UK, 28. janúar 2021) <<https://www.gov.uk/government/news/global-sweep-finds-40-of-firms-green-claims-could-be-misleading>> skoðað 9. maí 2023

„Green NGO’s vs. Danish Crown: Denmark’s first climate lawsuit is a reality“ <<https://vegetarisk.dk/denmarks-first-climate-lawsuit-is-now-a-reality/>> skoðað 15. maí 2023

„Greenpeace France and Others v. TotalEnergies SE and TotalEnergies Electricité et Gaz France“ <<http://climatecasechart.com/non-us-case/greenpeace-france-and-others-v-totalenergies-se-and-totalenergies-electricite-et-gaz-france/>> skoðað 1. maí 2023

Hardy CL og Van Vugt M, „Nice Guys Finish First: The Competitive Altruism Hypothesis“ (2006) 32 Personality & social psychology bulletin 1402

IISD’s SDG Knowledge Hub, „About the SDG Knowledge Hub | SDG Knowledge Hub | IISD“ (IISD’s SDG Knowledge Hub) <<https://sdg.iisd.org/443/about/>> skoðað 29. janúar 2023

Laufer WS, „Social Accountability and Corporate Greenwashing“ (2003) 43 (3) Journal of business ethics 253

„Laxeldisgrænþvottur bannaður“ (Neytendasamtökin, 23. september 2022) <<https://ns.is/2022/09/23/laxeldisgraenthvottur-bannadur/>> skoðað 14. maí 2023

Lyon TP og Montgomery AW, „The Means and End of Greenwash“ (2015) 28 Organization & environment 223

Meng J, „Sustainability: A Framework of Typology Based on Efficiency and Effectiveness“ (2015) 35 Journal of macromarketing 84

Mitchell LD og Ramey WD, „Look How Green I Am! An Individual-Level Explanation for Greenwashing“ (2011) 12 (6) The journal of applied business and economics 40

Neytendastofa, „Um helmingur „grænna“ fullyrðinga fyrirtækja órökstuddar“ (*Neytendastofa*, 11. febrúar 2021) <<https://www.neytendastofa.is/um-okkur/frettir-og-tilkynningar/frett/2021/02/11/Um-helmingur-graenna-fullyrdinga-fyrirtaekja-orokstuddar/>> skoðað 9. maí 2023

Orange E og Cohen AM, „From Eco-Friendly to Eco-Intelligent“ (2010) 44 *The Futurist* 28

Setzer J og Higham C, „Global trends in climate change litigation: 2022 snapshot“ (Grantham Research Institute on Climate Change and the Environment 2022) <[http://eprints.lse.ac.uk/117652/1/Global\\_trends\\_in\\_climate\\_change\\_litigation\\_2022\\_snapshot.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/117652/1/Global_trends_in_climate_change_litigation_2022_snapshot.pdf)> skoðað 9. maí 2023

„SUMMONS BEFORE THE JUDICIAL COURT OF PARIS“ <[http://climatecasechart.com/wp-content/uploads/sites/16/non-us-case-documents/2022/20220302\\_15967\\_petition.pdf](http://climatecasechart.com/wp-content/uploads/sites/16/non-us-case-documents/2022/20220302_15967_petition.pdf)> skoðað 1. maí 2023

„Sustainability Study 2022“ (*Simon, Kucher & Partners*, 24. október 2022) <<https://www.simon-kucher.com/en/who-we-are/newsroom/sustainability-study-2022>> skoðað 9. apríl 2023

Szabo S og Webster J, „Perceived Greenwashing: The Effects of Green Marketing on Environmental and Product Perceptions“ (2021) 171 (4) *Journal of business ethics* 719

TerraChoice, „The Sins of Greenwashing: Home and Family Edition 2010“ (TerraChoice 2010) <[https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice\\_The\\_Sins\\_of\\_Greenwashing\\_-\\_Home\\_and\\_Family\\_Edition\\_2010.pdf](https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice_The_Sins_of_Greenwashing_-_Home_and_Family_Edition_2010.pdf)> skoðað 15. apríl 2023

„Um Festu - Festa“ (*Festa, miðstöð um sjálfbærni*) <<https://www.sjalfbaer.is/festa>> skoðað 14. maí 2023

„Vegetarian Society et al. of Denmark v Danish Crown“ <<http://climatecasechart.com/non-us-case/vegetarian-society-et-al-of-denmark-v-danish-crown/>> skoðað 5. maí 2023

Watson B, „The troubling evolution of corporate greenwashing“ (2017) 129 *Chain Reaction* 38 <<https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.766428450523476>> skoðað 13. apríl 2023

World Commission, „Report of the World Commission and Environment and Development: Our Common Future“ (United Nations 1987) <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>> skoðað 1. maí 2023