

К такому предварительному решению пришли власти Евросоюза. Европейский парламент и Совет ЕС заключили соглашение о запрете рекламы, в которой «заявления, что продукт оказывает нейтральное или положительное воздействие на окружающую среду, основываются на схемах компенсации выбросов» (offsetting). Мера нацелена на борьбу с «зелёным отмыванием» (greenwashing). Новое решение завершает переговоры по директиве «Расширение прав и возможностей потребителей для зеленого перехода» (ECGT), которую Европейская комиссия опубликовала в марте 2022 года с намерением обновить существующее законодательство ЕС о защите прав потребителей. Решение обосновывается тем, что «углеродно-нейтральная» реклама может вводить в заблуждение и обманывать потребителей, создавая ложное ощущение «климатической безопасности», одновременно предоставляя компаниям фиговый листок, за которым они могут скрывать продолжающееся загрязнение окружающей среды, используя углеродные единицы для компенсации своих выбросов. Закон еще требует окончательного одобрения странами ЕС и пленарной ассамблеей парламента, и вероятно, начнет работать с 2026 года, поскольку странам Евросоюза будет предоставлено два года на адаптацию к новым нормам.

Подробнее: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20230918IPR05412/eu-to-ban-greenwashing-and-improve-consumer-information-on-product-durability>