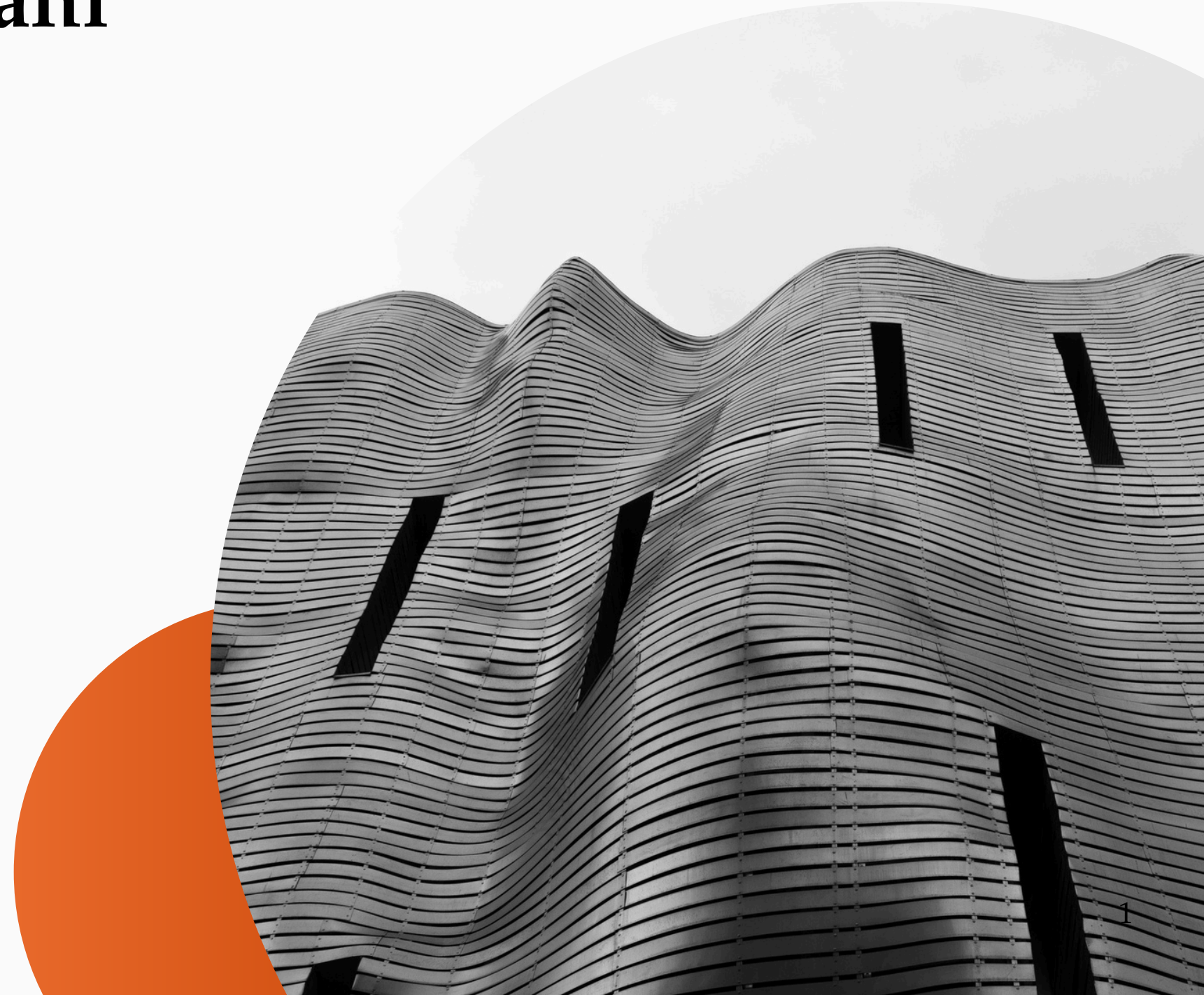


Avrupa Birliği- Yeşil Dönüřüm İçin Tüketicilerin Güçlendirilmesi Direktifi (EmpCo) Kapsamında Güncellenmiş Soru-Cevap Dokümanı

NARTER&
PARTNERS

Avrupa Birliği'nin yeşil dönüşüm hedefleri doğrultusunda tüketicilerin sürdürülebilirlik ve çevresel performansa ilişkin açıklamalar karşısında daha etkin korunmasını amaçlayan Yeşil Dönüřüm İçin Tüketicilerin Güçlendirilmesi Direktifi (Empowering Consumers for the Green Transition Directive – EmpCo/ECGT), 27 Eylül 2026 tarihinden itibaren uygulanmaya başlayacaktır. Direktif, özellikle çevresel beyanlar, sürdürülebilirlik etiketleri, karbon nötrlüğü iddiaları, ürün dayanıklılığı ve onarılabilirliği gibi konularda tüketicilere sunulan bilgilerin daha açık, doğrulanabilir ve yanıltıcı olmayan bir şekilde sunulmasını amaçlamaktadır. Bu kapsamda Avrupa Komisyonu, 18 Mayıs 2026 tarihinde Direktifin uygulanmasına ilişkin güncellenmiş bir Soru-Cevap (FAQ) dokümanı yayımlamıştır. Söz konusu doküman, Kasım 2025 tarihinde yayımlanan ilk versiyonda yer alan açıklamaları korumakla birlikte; çevresel iddiaların kapsamı, sürdürülebilirlik etiketlerinin kullanım şartları, şirket ve marka isimlerinde çevresel ifadelerin değerlendirilmesi, karbon nötrlüğü beyanları ve geleceğe yönelik çevresel taahhütler gibi alanlarda önemli ilave açıklamalar içermektedir.



Direktifin Kapsamına İlişkin Açıklamalar

Avrupa Komisyonu, güncellenen Soru-Cevap dokümanında EmpCo Direktifi'nin ve temelini oluşturan Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi'nin (UCPD) esas olarak tüketicilere yönelik ticari uygulamaları (B2C) düzenlediğini vurgulamaktadır. Bu kapsamda düzenleme;

- Ürünlerin tanıtımı ve pazarlanması,
- Reklam faaliyetleri,
- Ambalajlar üzerinde yer alan açıklamalar,
- Çevresel ve sosyal beyanlar,
- Tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyebilecek diğer ticari iletişim faaliyetleri bakımından uygulanmaktadır. Buna karşılık şirketler arasındaki ticari ilişkiler (B2B) kural olarak Direktif kapsamı dışında kalmaktadır.

Bununla birlikte Komisyon, üye devletlerin ulusal mevzuatları aracılığıyla benzer koruma mekanizmalarını B2B ilişkilere de genişletebileceğini belirtmektedir. **Bu nedenle şirketlerin yalnızca AB düzeyindeki düzenlemeleri değil, faaliyet gösterdikleri ülkelerde Direktifin ulusal mevzuata aktarılması sürecinde benimsenen ilave yükümlülükleri ve uygulama farklılıklarını da takip etmeleri önem taşımaktadır.**

Komisyon ayrıca EmpCo Direktifi'nin şirketlerin faaliyetlerini, ürünlerini veya sürdürülebilirlik performanslarını doğrudan düzenleyen bir ürün veya kurumsal sürdürülebilirlik mevzuatı olmadığını; esasen **tüketicilere sunulan ticari iletişimlerin doğruluğunu ve şeffaflığını hedeflediğini** vurgulamaktadır. Bu çerçevede düzenleme, ürünlerin veya şirketlerin çevresel performansına ilişkin teknik kriterlerden ziyade, bu performansın tüketicilere nasıl sunulduğu ve hangi iddialarla pazarlanabildiği üzerine odaklanmaktadır.

Sürdürülebilirlik raporlaması bakımından ise Komisyon, CSRD ve ESRS kapsamında hazırlanan sürdürülebilirlik raporlarının kural olarak Direktif kapsamına girmediğini açıklamaktadır. Bunun temel nedeni, söz konusu raporların ağırlıklı olarak;

- Yatırımcılar,
- Finansal kuruluşlar,
- Düzenleyici otoriteler,
- Diğer paydaşlar için hazırlanan zorunlu açıklamalar niteliğinde olmasıdır.

Ancak sürdürülebilirlik raporlarında yer alan verilerin, hedeflerin veya başarı hikâyelerinin daha sonra tüketicilere yönelik reklam, pazarlama, ürün tanıtımı veya kurumsal iletişim faaliyetlerinde kullanılması halinde durum değişebilmektedir. Örneğin bir şirketin sürdürülebilirlik raporunda yer alan;

- Emisyon azaltım performansı,
- Net sıfır hedefleri,
- Döngüsel ekonomi uygulamaları,
- Sosyal etki projeleri gibi unsurların tüketicilere yönelik pazarlama faaliyetlerinde öne çıkarılması halinde, bu açıklamalar EmpCo Direktifi kapsamında çevresel veya sürdürülebilirlik iddiası olarak değerlendirilebilecektir.

Bu durumda söz konusu beyanların açık, doğrulanabilir, yanıltıcı olmayan ve gerektiğinde yeterli kanıtlarla desteklenebilir olması gerekecektir.

Sürdürülebilirlik Etiketlerine İlişkin Açıklamalar

Avrupa Komisyonu tarafından yayımlanan güncellenmiş Soru-Cevap dokümanı, sürdürülebilirlik etiketlerinin kullanımına ilişkin kuralların kapsamına ve uygulanmasına yönelik önemli açıklamalar içermektedir. Komisyon, tüketicilerin giderek artan sayıda çevresel ve sosyal içerikli etiketle karşı karşıya kaldığını, bu durumun ise güvenilirliği belirsiz veya yeterince doğrulanmamış etiketlerin kullanımına bağlı olarak yanıltıcı uygulama risklerini artırdığını değerlendirmektedir. Bu nedenle Direktif, sürdürülebilirlik etiketlerinin belirli asgari şeffaflık ve güvenilirlik kriterlerine tabi olmasını öngörmektedir.

Komisyon'un açıklamalarına göre şirketler kendi sürdürülebilirlik etiketlerini geliştirebilecek ve kullanabilecek olmakla birlikte, bu etiketlerin dayandığı sertifikasyon sistemlerinin aşağıdaki temel koşulları karşılaması gerekmektedir:

- Kamuya açık ve şeffaf kriterlere dayanması,
- İlgili uzman ve paydaşların katılımıyla oluşturulması,
- Objektif uygunluk değerlendirme mekanizmalarına sahip olması,
- Tüm piyasa aktörlerine adil, şeffaf ve ayrımcı olmayan koşullarla açık olması,
- Bağımsız üçüncü taraf doğrulamasına dayanması.

Bu yaklaşım, yalnızca belirli şirketlere veya ürünlere avantaj sağlayan kapalı ve doğrulanamayan etiket sistemlerinin kullanımının önüne geçmeyi amaçlamaktadır.

Komisyon ayrıca sürdürülebilirlik etiketlerinin bağımsız doğrulama ilkesine tabi olduğunu vurgulamaktadır. Bu kapsamda sertifikasyon sistemini yöneten kuruluş ile uygunluk değerlendirmesini veya doğrulamasını gerçekleştiren kuruluşun aynı tüzel kişilik bünyesinde faaliyet göstermemesi gerekmektedir. Başka bir ifadeyle, sertifikasyon sisteminin sahibi ile sistemin gerekliliklerine uyumu denetleyen kuruluşun hukuken ayrı yapılar olması beklenmektedir.

Komisyon, bazı uluslararası standartların daha esnek yaklaşımlara izin verebildiğini kabul etmekle birlikte, EmpCo Direktifi bakımından bağımsızlık ilkesinin sağlanabilmesi için iki ayrı tüzel kişilik bulunmasının gerekli olduğunu açıkça belirtmektedir.

Güncellenen doküman ayrıca sürdürülebilirlik etiketlerine ilişkin yeni kuralların yalnızca yeni ürünler bakımından değil, 27 Eylül 2026 tarihinden sonra piyasada bulunmaya devam eden mevcut ürünler bakımından da uygulanacağını ortaya koymaktadır. Komisyon, ilave bir geçiş dönemi öngörülmediğini ve bu tarihten itibaren kullanılan tüm sürdürülebilirlik etiketlerinin Direktif hükümlerine uyumlu olması gerektiğini ifade etmektedir. Bu nedenle mevcut sertifikasyon sistemlerinin ve kullanılan etiketlerin uygulama tarihinden önce gözden geçirilmesi önem taşımaktadır.

Komisyon'un açıklık getirdiği bir diğer konu ise kamu otoriteleri tarafından oluşturulan sürdürülebilirlik etiketleridir. Buna göre yalnızca AB üyesi ülkelerin kamu otoriteleri tarafından oluşturulan etiketler doğrudan istisna kapsamında değerlendirilebilecektir. AB üyesi olmayan ülkelerin kamu kurumları tarafından oluşturulan sürdürülebilirlik etiketleri ise otomatik olarak bu istisnadan yararlanamayacak olup, kullanılabilmesi için Direktif kapsamında öngörülen sertifikasyon sistemi şartlarını karşılamaları gerekecektir. Bu açıklamalar, özellikle kendi sürdürülebilirlik etiketlerini kullanan şirketler ile gönüllü sertifikasyon programlarına dayalı çevresel veya sosyal beyanlarda bulunan kuruluşlar açısından önem taşımaktadır.

Şirketlerin kullandıkları etiketlerin dayandığı sertifikasyon sistemlerinin yönetim yapısını, bağımsız doğrulama mekanizmalarını ve şeffaflık kriterlerini gözden geçirmeleri, 27 Eylül 2026 tarihinde başlayacak uygulama dönemi öncesindeki uyum çalışmalarının önemli bir parçasını oluşturacaktır.

Genel Çevresel İddialar Konusunda Getirilen Açıklamalar

Avrupa Komisyonu, güncellenen Soru-Cevap dokümanında genel çevresel iddiaların kullanımına ilişkin kuralları daha ayrıntılı şekilde açıklığa kavuşturmuştur. Özellikle "çevre dostu", "yeşil", "ekolojik", "eko-dostu", "doğa dostu", "iklim dostu" ve benzeri ifadeler gibi tüketiciler nezdinde ürünün veya hizmetin genel olarak üstün çevresel performansa sahip olduğu izlenimini yaratabilecek beyanlara ilişkin daha sıkı bir yaklaşım benimsenmektedir.

Komisyon'a göre bu tür ifadeler, çevresel faydanın veya çevresel performansın hangi özellikten kaynaklandığını açık ve anlaşılır şekilde ortaya koymadığı durumlarda "genel çevresel iddia" olarak değerlendirilecektir. Direktif kapsamında genel çevresel iddiaların kullanımı tamamen yasaklanmamakla birlikte, belirli koşulların sağlanması gerekmektedir. Aksi halde söz konusu açıklamalar yanıltıcı ticari uygulama olarak değerlendirilebilecektir.

Komisyon ayrıca çevresel iddianın dayanağının aynı iletişim ortamında açık ve görünür şekilde sunulması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu kapsamda;

- Ambalaj üzerinde yer darlığı bulunması,
- Reklam veya iletişim materyalinde sınırlı alan olması,
- Çevresel açıklamaların başka bir kaynağa bırakılması

iddianın gerekçesinin açıklanmaması için yeterli bir gerekçe olarak kabul edilmemektedir. Komisyon, çevresel iddiaya ilişkin açıklamanın tüketiciler tarafından kolayca görülebilir ve anlaşılabilir şekilde sunulmasını beklemektedir.

Doküman, genel çevresel iddialar ile spesifik çevresel iddialar arasındaki ayrımı da netleştirmektedir. Örneğin yalnızca "çevre dostu ambalaj" veya "yeşil ürün" gibi ifadeler genel çevresel iddia olarak değerlendirilebilecekken, belirli bir çevresel özelliğe veya performans göstergesine dayanan ve doğrulanabilir bilgiler içeren açıklamalar daha spesifik çevresel iddia niteliği taşıyabilecektir. Bununla birlikte, spesifik çevresel iddiaların da yanıltıcı olmaması ve yeterli kanıtlarla desteklenebilmesi gerekmektedir.

Komisyon ayrıca genel çevresel iddiaların kullanılabilmesi için şirketlerin ilgili iddiayla bağlantılı olarak "tanınmış üstün çevresel performans" seviyesini sağlayabildiğini gösterebilmesi gerektiğini açıklamaktadır. Bu kapsamda;

- Avrupa Birliği Eko-Etiketi (EU Ecolabel),
- Üye devletler tarafından tanınan EN ISO 14024 Tip I çevre etiketleri,
- İlgili AB mevzuatı kapsamında belirlenen en yüksek çevresel performans kriterleri

örnek gösterilmektedir. Başka bir ifadeyle, yalnızca belirli bir çevresel iyileştirme gerçekleştirilmiş olması, ürünün genel olarak "çevre dostu" veya "ekolojik" olarak tanıtılması için yeterli kabul edilmeyebilecektir.

Komisyon'un yaklaşımı, çevresel beyanların daha somut, ölçülebilir ve doğrulanabilir bilgilerle desteklenmesini teşvik etmektedir. Bu nedenle şirketlerin pazarlama materyallerinde, ürün ambalajlarında ve kurumsal iletişim faaliyetlerinde kullandıkları genel çevresel ifadeleri gözden geçirmeleri; bu beyanların hangi çevresel performansa dayandığını ve ilgili performansın Direktif kapsamında öngörülen kriterleri karşılayıp karşılamadığını değerlendirmeleri önem taşımaktadır.

Geleceğe Yönelik Çevresel Taahhütler

Avrupa Komisyonu, güncellenen Soru-Cevap dokümanında geleceğe yönelik çevresel performans iddialarına ilişkin yükümlülükleri daha ayrıntılı şekilde açıklamıştır. Karbon nötrlüğü, net sıfır emisyon, iklim nötr işletme, emisyon azaltım taahhütleri veya benzeri geleceğe dönük çevresel hedefler, şirketlerin sürdürülebilirlik iletişimlerinde sıklıkla kullandıkları beyanlar arasında yer almakla birlikte, Direktif bu tür açıklamaların belirli koşullar altında yapılabilmesine izin vermektedir.

Komisyon'a göre bir şirketin gelecekte ulaşmayı hedeflediği çevresel performansa ilişkin açıklamalarda bulunabilmesi için söz konusu hedeflerin açık, objektif, doğrulanabilir ve kamuya erişilebilir taahhütlere dayanması gerekmektedir. Bu kapsamda yalnızca genel nitelikte veya soyut hedef açıklamaları yeterli kabul edilmemekte; hedeflerin nasıl gerçekleştirileceğini ortaya koyan detaylı ve gerçekçi bir uygulama planının bulunması beklenmektedir.

Komisyon'a göre bu planın aşağıdaki unsurları içermesi gerekmektedir:

- Belirli zaman çizelgeleri,
- Ölçülebilir ara hedefler,
- Hedeflerin gerçekleştirilmesi için tahsis edilen kaynaklar,
- Taahhütlerin hayata geçirilmesini sağlayacak somut uygulamalar.

Komisyon ayrıca bu tür geleceğe yönelik çevresel iddiaların bağımsız üçüncü taraf uzmanlar tarafından düzenli olarak doğrulanması gerektiğini vurgulamaktadır. Doğrulama faaliyetini gerçekleştirecek uzman veya kuruluşun ilgili çevresel konularda yeterli teknik bilgiye sahip olması, şirketten bağımsız hareket etmesi ve çıkar çatışmasından uzak olması beklenmektedir. Bu doğrulama görevi kamu kurumları tarafından yerine getirilebileceği gibi bağımsız denetim kuruluşları veya uzman danışmanlık şirketleri tarafından da yürütülebilecektir.

Güncellenen dokümanda doğrulamanın hangi sıklıkla yapılması gerektiğine ilişkin kesin bir zaman aralığı öngörülmemektedir. Bunun yerine doğrulama sıklığının, ilgili taahhüdün niteliği, kapsamı ve uygulanma süresi dikkate alınarak belirlenmesi gerektiği ifade edilmektedir. Komisyon, yıllık veya iki yıllık periyotlarda gerçekleştirilecek değerlendirmelerin uygulamada uygun bir yaklaşım olabileceğine işaret etmekle birlikte, önemli gelişmeler veya hedeflerde değişiklik meydana gelmesi durumunda ilave doğrulama süreçlerinin de gerekli olabileceğini belirtmektedir.

Komisyon'un üzerinde durduğu önemli hususlardan biri de şeffaflık yükümlülüğüdür. Buna göre şirketlerin yalnızca çevresel hedeflerini açıklamaları değil, hedeflere yönelik ilerleme durumunu ve bağımsız doğrulama sonuçlarını da kamuya erişilebilir şekilde paylaşmaları beklenmektedir. Direktif belirli bir yayımlama yöntemi öngörmemekle birlikte, bu bilgilerin şirket internet siteleri, dijital platformlar veya ürün ambalajları ve pazarlama materyallerinde yer alabilecek bağlantılar ve QR kodlar aracılığıyla erişilebilir kılınabileceğini belirtmektedir.

Komisyon'un yaklaşımı, şirketlerin net sıfır, karbon nötrlüğü veya emisyon azaltım hedeflerini yalnızca iletişim ve pazarlama aracı olarak kullanmalarının önüne geçmeyi amaçlamaktadır.

Bu kapsamda geleceğe yönelik çevresel taahhütlerin somut planlara, ölçülebilir hedeflere ve bağımsız doğrulama süreçlerine dayanması gerekecek olup, yeterli dayanağı bulunmayan veya ilerleme durumuna ilişkin şeffaf bilgi sunulmayan beyanlar yanıltıcı çevresel iddia olarak değerlendirilebilecektir.

Şirket, Marka ve Ürün İsimlerinde Çevresel İfadelerin Kullanımı

Avrupa Komisyonu tarafından yayımlanan güncellenmiş Soru-Cevap dokümanının dikkat çekici bölümlerinden biri, şirket isimleri, marka isimleri ve ürün isimlerinde kullanılan çevresel ifadelerin nasıl değerlendirileceğine ilişkin açıklamalardır. Komisyon, çevresel çağrışım yaratabilecek ifadelerin yalnızca reklam ve pazarlama beyanlarıyla sınırlı olmadığını; belirli koşullar altında şirket adı, marka adı veya ürün adı aracılığıyla da çevresel iddia niteliği taşıyabileceğini belirtmektedir.

Bununla birlikte Komisyon, "green", "eco", "blue", "natural" veya benzeri ifadelerin kullanımının otomatik olarak çevresel iddia anlamına gelmediğini vurgulamaktadır. Değerlendirme, her somut olayın kendi koşulları ve ilgili ticari bağlam dikkate alınarak yapılacak olup, temel kriter ortalama bir tüketicinin söz konusu isim veya ifadeden çevresel bir fayda, üstün çevresel performans veya çevre üzerinde olumlu bir etki algılayıp algılamayacağıdır.

Bu çerçevede, çevresel çağrışım yapan ifadelerin şirket, marka veya ürün isimlerinde kullanılması ve ortalama tüketicide çevresel fayda beklentisi yaratması halinde söz konusu isimler çevresel iddia olarak değerlendirilebilecektir. Komisyon'un verdiği örnekler arasında "Green", "Eco", "Natural", "Blue" ve "Climate Neutral" gibi ifadeler yer almaktadır. Ancak bu tür ifadelerin kullanımı tek başına yeterli görülmemekte; ilgili ticari bağlam ve tüketici algısı birlikte değerlendirilmektedir.

Komisyon ayrıca bu yaklaşımın yalnızca ürün ve marka isimleriyle sınırlı olmadığını, şirket unvanlarında veya kurumsal markalarda kullanılan çevresel ifadelerin de aynı şekilde incelemeye konu olabileceğini belirtmektedir. Bu durum, çevresel veya sürdürülebilirlik temelli ifadelerin yalnızca reklam ve pazarlama faaliyetlerinde değil, şirketlerin kurumsal kimlik ve marka stratejilerinde de değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Doküman ayrıca, çevresel çağrışım yaratan marka veya ürün isimlerinin fikri mülkiyet hukuku kapsamında korunuyor olmasının, bu isimlerin EmpCo Direktifi bakımından incelenmesine engel teşkil etmediğini açıklamaktadır. Buna göre marka tesciline sahip bir isim de çevresel iddia olarak değerlendirilebilecek ve ilgili tüketici mevzuatı hükümlerine tabi olabilecektir.

Komisyon'un yaklaşımı, çevresel iddialara ilişkin değerlendirmelerin yalnızca ürün açıklamaları veya reklam metinleriyle sınırlı kalmayabileceğini; şirket isimleri, marka mimarileri ve ürün isimlendirmelerinin de tüketici algısı bakımından inceleme konusu olabileceğini ortaya koymaktadır.

Komisyon Tarafından Verilen Örnekler ve Açıklamalar

Konu	Örnekler	Komisyonun Yaklaşımı
Genel çevresel iddialar	"Çevre dostu", "yeşil", "ekolojik", "iklim dostu", "doğa dostu" gibi ifadeler	Çevresel faydanın dayanağı açık ve görünür şekilde açıklanmadığı sürece genel çevresel iddia olarak değerlendirilebilmektedir.
Spesifik çevresel iddialar	"Ambalaj üretiminde kullanılan enerjinin %100'ü yenilenebilir kaynaklardan sağlanmaktadır."	Belirli, ölçülebilir ve doğrulanabilir çevresel özelliklere dayanan açıklamalar genel çevresel iddia olarak değerlendirilmemektedir.
Görseller ve tasarım unsurları	Yaprak, ağaç, su damlası, hayvan görselleri ile yeşil veya mavi renk kullanımı	Kullanım bağlamına bağlı olarak çevresel fayda ima eden örtülü çevresel iddialar olarak değerlendirilebilmektedir.
Karbon nötrlüğü ve iklim iddiaları	"Karbon nötr", "iklim nötr", "karbon pozitif", "karbon dengelenmiş" ifadeleri	Karbon denkleştirmesine (offset) dayanan ürün bazlı beyanlar yasak kapsamında değerlendirilebilmekte; geleceğe yönelik hedeflerin ise detaylı plan ve bağımsız doğrulama ile desteklenmesi beklenmektedir.
Şirket, marka ve ürün isimleri	"Green", "Eco", "Natural", "Climate Neutral" gibi ifadeler	Bu ifadeler otomatik olarak çevresel iddia sayılmamakla birlikte, ortalama tüketicide çevresel fayda algısı yaratmaları halinde çevresel iddia olarak değerlendirilebilmektedir.
Sürdürülebilirlik etiketleri	Şirketler tarafından oluşturulan gönüllü çevre veya sürdürülebilirlik etiketleri	Etiketlerin kamu otoritesi tarafından oluşturulmuş veya bağımsız doğrulama içeren bir sertifikasyon sistemine dayanması gerekmektedir.
Sosyal özelliklere ilişkin beyanlar	Adil ücret, insan hakları, çeşitlilik, kapsayıcılık, iş sağlığı ve güvenliği açıklamaları	Çevresel özellikler gibi sosyal özelliklere ilişkin açıklamalar da yanıltıcı ticari uygulama kuralları kapsamında değerlendirilmektedir.
İlgisiz fayda beyanları	"Glutensiz su", "plastik içermeyen kâğıt" gibi açıklamalar	Ürünün doğası gereği zaten sahip olduğu özelliklerin tüketiciye ilave fayda gibi sunulması yanıltıcı uygulama olarak değerlendirilebilmektedir.

Şirketler Açısından Değerlendirme

EmpCo Direktifi'nin 27 Eylül 2026 tarihinde uygulanmaya başlayacak olması nedeniyle şirketlerin tüketicilere yönelik çevresel ve sürdürülebilirlik temelli açıklamalarını gözden geçirmeleri önem taşımaktadır. Avrupa Komisyonu tarafından yayımlanan güncellenmiş açıklamalar, çevresel iddialara ilişkin değerlendirmelerin yalnızca belirli reklam beyanlarıyla sınırlı olmadığını; ürün tanıtımları, marka stratejileri, sürdürülebilirlik etiketleri ve kurumsal iletişim faaliyetleri gibi farklı alanları da kapsayabileceğini göstermektedir.

Bu kapsamda özellikle;

- Çevresel iddialar ve sürdürülebilirlik beyanları,
- Ürün ve marka isimlerinde kullanılan çevresel ifadeler,
- Sürdürülebilirlik etiketleri ve sertifikasyon sistemleri,
- Karbon nötrlüğü, net sıfır ve emisyon azaltımına ilişkin taahhütler,
- Ambalajlar, dijital satış kanalları ve pazarlama materyallerinde kullanılan çevresel görseller ve ifadeler,
- Sürdürülebilirlik raporlarında yer alan bilgilerin tüketicilere yönelik iletişim faaliyetlerinde kullanımı

bakımından mevcut uygulamaların Direktif hükümleri ve Komisyon tarafından yapılan açıklamalar çerçevesinde değerlendirilmesi faydalı olacaktır.

Güncellenen Soru-Cevap dokümanı, şirketlerin yalnızca çevresel beyanlarının içeriğini değil, bu beyanların tüketicilere hangi bağlamda ve ne şekilde sunulduğunu da dikkate almaları gerektiğine işaret etmektedir. Bu çerçevede şirketlerin sürdürülebilirlik, pazarlama, hukuk, uyum ve kurumsal iletişim ekipleri arasında koordinasyon sağlayarak çevresel ve sürdürülebilirlik temelli açıklamalarını bütüncül bir yaklaşımla gözden geçirmeleri, olası uyum risklerinin değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır.

