

W dobie rosnącego znaczenia zrównoważonego rozwoju, digitalizacji i wzmocnienia ochrony konsumentów, problematyka greenwashingu nabiera szczególnej wagi w debacie prawnej. Greenwashing – rozumiany jako wprowadzanie konsumentów w błąd przez niepoparte dowodami twierdzenia mające na celu wyolbrzymienie bądź zafałszowanie rzekomych korzyści ekologicznych towarów i usług – podważa zaufanie społeczne oraz narusza zasady uczciwej konkurencji. Zjawisko to ma charakter systemowy, występując zarówno na rynkach tradycyjnych, jak i cyfrowych, i w konsekwencji zagraża spójności polityk transformacji środowiskowej.

Głośne postępowania prawne, takie jak te dotyczące kampanii marketingowych linii lotniczych KLM i Ryanair, unaoczniają skalę i wpływ greenwashingu na praktyki rynkowe. Z kolei badanie Komisji Europejskiej z 2022 roku wykazało, że aż 56% konsumentów zetknęło się z wprowadzającymi w błąd sformułowaniami dotyczącymi aspektów ekologicznych. W warunkach niepewności gospodarczej oraz dynamicznych przemian cyfrowych konsumenci stają się coraz bardziej podatni na manipulacyjne narracje związane z ideą zrównoważonego rozwoju.

Pomimo trwających prac legislacyjnych na poziomie unijnym – takich jak projekt dyrektywy dotyczącej oświadczeń środowiskowych oraz uchwalona nowelizacja dyrektyw o nieuczciwych praktykach handlowych i o prawach konsumentów – obowiązujące regulacje nadal cechuje fragmentaryczność i niewystarczające dostosowanie do złożoności omawianego zjawiska. Szczególnym wyzwaniem pozostaje ujęcie greenwashingu w kontekście środowiska cyfrowego, gdzie do praktyk handlowych coraz częściej wykorzystywane są algorytmy targetujące i influencerzy działający w mediach społecznościowych.

Projekt GRETA zakłada interdyscyplinarne podejście, łączące analizę dogmatycznoprawną, prawnoporównawczą i empiryczną, zorientowaną na egzekwowanie prawa. Jego celem jest pogłębiona analiza wdrażania i interpretacji unijnych regulacji dotyczących greenwashingu w Polsce i Czechach – państwach członkowskich o rozwijających się systemach regulacyjnych. Szczególny nacisk zostanie położony na identyfikację barier w egzekwowaniu prawa oraz problemów wynikających z rozproszenia przepisów.

Wybór tematu wynika z presji rynkowej na promowanie produktów jako ekologicznych bez rzetelnej weryfikacji. Nadal brakuje całościowych analiz łączących ochronę konsumenta, komunikację rynkową i cele polityki klimatycznej. Szczególnie niedostatecznie zbadane są cyfrowe formy greenwashingu w Europie Środkowo-Wschodniej, gdzie systemy egzekwowania prawa są wciąż w fazie rozwoju.

Greenwashing zostanie potraktowany jako studium przypadku służące całościowej ocenie skuteczności systemu ochrony konsumentów wobec wyzwań podwójnej transformacji: ekologicznej i cyfrowej. Projekt przewiduje identyfikację dobrych praktyk i sformułowanie rekomendacji zmierzających do poprawy spójności regulacyjnej i zwiększenia efektywności mechanizmów egzekwowania prawa. Ostatecznym celem jest wzmocnienie zaufania konsumentów i wspieranie skutecznego zarządzania zrównoważonym rozwojem na poziomie Unii Europejskiej, poprzez dostarczenie pogłębionych analiz i rekomendacji dotyczących przyszłości prawa ochrony konsumentów w erze cyfrowej.

Wyniki projektu mogą znaleźć zastosowanie nie tylko w kształtowaniu polityk publicznych, ale także w praktyce rynkowej – jako narzędzie wspierające uczciwych przedsiębiorców i organizacje konsumenckie. GRETA wnosi wkład w budowanie transparentnego rynku, na którym komunikacja ekologiczna nie będzie nadużywana, lecz stanie się autentycznym elementem strategii zrównoważonego rozwoju. Efektem prac badawczych będą publikacje w renomowanych czasopismach prawniczych – zarówno polskich, jak i zagranicznych – a także monografia opracowana wspólnie przez polski i czeski zespół badawczy. Publikacje te pozwolą upowszechnić wiedzę na temat mechanizmów greenwashingu oraz możliwych sposobów przeciwdziałania temu zjawisku w warunkach transformacji cyfrowej i ekologicznej.