



Dyrektywa EmpCo: nowe zasady komunikacji o zrównoważonym rozwoju

2026-10-26

Od 27 września 2026 roku stosowane są nowe unijne przepisy dotyczące ochrony konsumentów przed wprowadzającymi w błąd deklaracjami środowiskowymi. Dyrektywa EmpCo ma ograniczyć zjawisko greenwashingu i zwiększyć przejrzystość informacji o wpływie produktów i usług na środowisko. Nowe regulacje mają znaczenie również dla sposobu promowania zrównoważonych rozwiązań w turystyce, hotelarstwie i branży spotkań.

Czym jest Dyrektywa EmpCo?

EmpCo (Empowering Consumers for the Green Transition) to potoczna nazwa dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/825, przyjętej 28 lutego 2024 roku. Jej celem jest wzmocnienie pozycji konsumentów w procesie

1. jakie kryteria należy spełnić, aby go otrzymać;
2. czy istnieje system weryfikacji i kontroli;
3. jakiego zakresu działalności dotyczy certyfikat.

Samo stworzenie własnego zielonego logo lub zastosowanie symbolu liścia nie stanowi potwierdzenia ekologicznych właściwości produktu czy usługi.

4. Ograniczenia dotyczące deklaracji neutralności klimatycznej

Dyrektywa zakazuje deklarowania, że produkt, usługa lub wydarzenie są „neutralne klimatycznie”, „pozytywne dla klimatu” lub mają ograniczony wpływ na klimat, jeżeli opierają się one na kompensowaniu emisji gazów cieplarnianych poza jego łańcuchem wartości.

Oznacza to, że samo finansowanie projektów kompensacyjnych, na przykład sadzenia drzew, nie uzasadnia twierdzenia, że produkt jest neutralny klimatycznie.

W przypadku wydarzeń warto precyzyjnie opisywać zastosowaną metodologię, działania redukcyjne i ewentualne projekty kompensacyjne, nie przypisując wydarzeniu cech, których nie można uzasadnić.

5. Wiarygodne cele i deklaracje dotyczące przyszłości

Organizacje coraz częściej informują o planach osiągnięcia neutralności klimatycznej, ograniczenia emisji czy zmniejszenia ilości odpadów. EmpCo zwiększa znaczenie konkretnych podstaw takich deklaracji.

Twierdzenia dotyczące przyszłych wyników środowiskowych mogą wprowadzać w błąd, jeśli nie towarzyszą im odpowiednie zobowiązania, mierzalne cele, publicznie dostępny i weryfikowalny plan realizacji, niezbędne zasoby oraz regularna niezależna weryfikacja postępów, której wyniki są udostępniane konsumentom.



**Magiczny
Kraków**

W miejsce deklaracji: „Do 2030 roku staniemy się zieloną destynacją.” warto pisać konkretniej: „Do 2030 roku planujemy ograniczyć ilość odpadów generowanych podczas wydarzeń objętych naszym programem. Postępy będziemy mierzyć względem określonego roku bazowego i publikować w regularnych podsumowaniach”.

Co EmpCo oznacza dla branży MICE?

Branża spotkań i wydarzeń coraz częściej wykorzystuje zrównoważony rozwój jako element oferty miast, hoteli, obiektów konferencyjnych i organizatorów wydarzeń. EmpCo stanowi okazję do uporządkowania tej komunikacji i położenia większego nacisku na konkretne rozwiązania oraz mierzalne rezultaty.

Warto przyrzeć się zwłaszcza takim określeniom jak „sustainable event”, „green meetings”, „responsible destination” czy „climate-friendly venue”. Nie są one automatycznie zakazane, ale ich stosowanie powinno odpowiadać rzeczywistym działaniom i zakresowi dostępnych dowodów.

Jak przygotować komunikację do nowych zasad?

Warto rozpocząć od przeglądu materiałów promocyjnych, stron internetowych, prezentacji, broszur i publikacji w mediach społecznościowych. Szczególnej uwagi wymagają ogólne deklaracje środowiskowe, informacje o neutralności klimatycznej oraz oznaczenia sugerujące certyfikację.

EmpCo nie zakazuje informowania o działaniach na rzecz środowiska ani promowania zrównoważonych rozwiązań. Jej celem jest ograniczenie wprowadzających w błąd praktyk i zapewnienie odbiorcom lepszego dostępu do rzetelnych informacji.

Dla branży turystycznej i MICE oznacza to potrzebę jeszcze większej dbałości o precyzję komunikatów, wiarygodność danych oraz zgodność deklaracji z rzeczywistymi działaniami.

Zrównoważony rozwój warto komunikować poprzez konkretne rozwiązania, udokumentowane osiągnięcia i przejrzyste cele.