Nieuwe regels voor duurzaamheidsclaims

DOOR **BAS VAN DE GRIENDT**

Wie de verkoopbrochures van nieuwbouwprojecten bekijkt, krijgt soms de indruk dat Nederland binnenkort uitsluitend nog woont in 'groene', 'duurzame', 'klimaatvriendelijke' en 'toekomstbestendige' woonwijken. Zulke mooie woorden verkopen immers goed. Maar vanaf 27 september wordt de ruimte voor zulke marketing aanzienlijk kleiner.

Met de implementatie van Richtlijn (EU) 2024/825 (Empowering Consumers for the Green Transition) worden de regels voor duurzaamheidsclaims fors aangescherpt.

De boodschap is eenvoudig: wie beweert dat een product of dienst duurzaam is, zal dat ook moeten kunnen bewijzen. Vage termen als 'groen', 'milieuvriendelijk' of 'duurzaam' zonder concrete en controleerbare onderbouwing zijn niet langer voldoende. Greenwashing wordt nadrukkelijk aangepakt, zo is de bedoeling.

Veel projectontwikkelaars en bouwers realiseren zich vermoedelijk nog onvoldoende dat deze regels óók voor hen gaan gelden wanneer zij nieuwbouwwoningen rechtstreeks aan particulieren verkopen. Een woning is misschien geen pak koffie of een elektrische tandenborstel, maar juridisch gezien gaat het ook hier om consumentencommunicatie.

De nieuwe regels gelden immers voor álle business-to-consumer (B2C)-handelspraktijken. Dat betekent dat duurzaamheidsclaims in verkoopbrochures, op projectwebsites en in advertenties kritisch zullen worden beoordeeld. Hetzelfde geldt wellicht voor artist impressions en zelfs verkoopgesprekken.

Een slogan als 'de meest duurzame woonwijk van Nederland' klinkt aantrekkelijk. Of wat dacht je van 'in deze Blue Zone word je gemiddeld tot wel vijf jaar ouder'. Dat vraagt straks om een stevige feitelijke onderbouwing. Verifieerbare mededelingen leveren veel minder risico op, bijvoorbeeld een A++++ energielabel, 10% betere Beng-prestaties, het aantal zonnepanelen en het gebruik van uitsluitend FSC-gecertificeerd hout. De grens verschuift dus van marketing naar aantoonbare feiten.

Het gaat erom dat consumenten en beleggers eerlijke, controleerbare en niet-misleidende informatie krijgen

Opmerkelijk genoeg is dit voor veel vastgoedbeleggers helemaal geen nieuw terrein. Zij hebben al langer te maken met vergelijkbare vraagstukken onder de Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR). Ook daar geldt dat woorden gevolgen kunnen hebben. Wie een vastgoedfonds of project presenteert als bijzonder duurzaam (milieukundig of sociaal), kan daarmee onbedoeld een zwaarder juridisch regime binnenlopen. Een fonds dat zich wellicht als artikel 6 had kunnen kwalificeren, kan door ambitieuze ESG-claims ineens vallen onder het veel strengere regime van artikel 8 of zelfs artikel 9. En dat betekent aanzienlijk uitgebreidere rapportageverplichtingen, transparantie-eisen en voortdurende verantwoording richting beleggers en toezichthouders.

De les is in beide gevallen dezelfde: wees voorzichtig met grote woorden als de feiten die niet volledig ondersteunen.

Terwijl woningontwikkelaars en -bouwers straks vooral rekening moeten houden met de Autoriteit Consument & Markt (ACM), kennen beleggers deze werkelijkheid al langer via de Autoriteit Financiële Markten (AFM). Beide toezichthouders kijken uiteindelijk naar hetzelfde onderliggende principe: krijgen consumenten en beleggers eerlijke, controleerbare en niet-misleidende informatie?

Dat maakt de nieuwe regels breder dan een marketingvraagstuk. Ze raken aan de manier waarop duurzaamheid wordt onderbouwd, vastgelegd en gecommuniceerd binnen de gehele vastgoedketen. Niet alleen door marketeers, maar ook door ontwikkelaars, bouwers, makelaars, fondsmanagers en adviseurs.

Misschien is dat uiteindelijk wel de grootste winst van deze nieuwe regelgeving. Niet dat er minder over duurzaamheid wordt gesproken, maar dat er beter over wordt gecommuniceerd. En dat is precies waar geloofwaardige ESG-communicatie altijd al om had moeten draaien.

Bas van de Griendt (Stratego-Advies.nu) is auteur van 'Het ABC van ESG voor vastgoedprofessionals' (2024). Hij adviseert bouw- en vastgoedbedrijven bij verduurzaming van hun activiteiten.