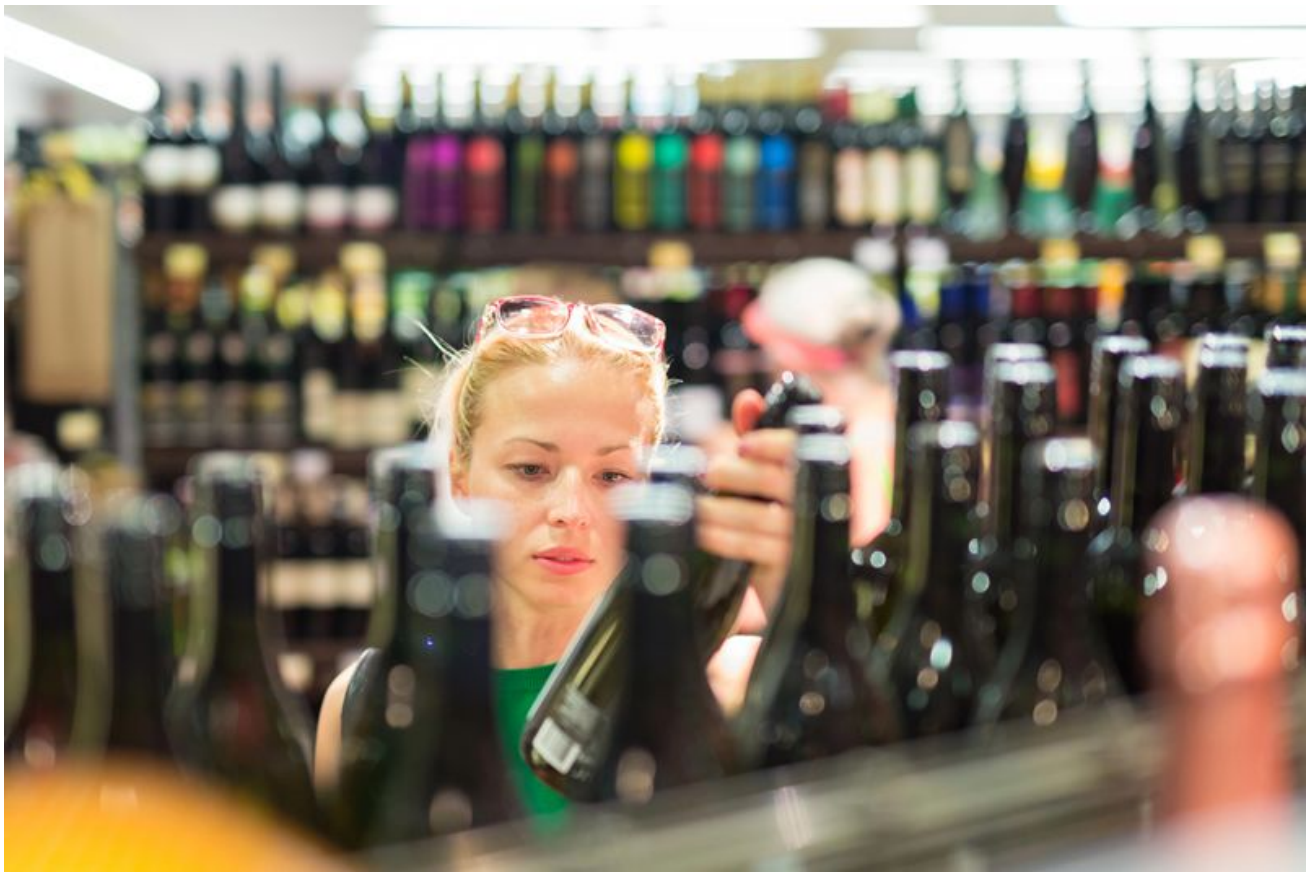
vinetur

असत्यापित हरित दावों पर रोक के लिए यूरोपीय संघ के नियम रविवार से लागू

जर्मनी और पूरे ब्लॉक की कंपनियों पर अब 'ग्रीन' और 'क्लाइमेट न्यूट्रल' जैसे शब्दों के इस्तेमाल पर कड़े प्रतिबंध हैं।

सोमवार, 28 सितंबर 2026



ग्रीनवॉशिंग पर लगाम लगाने के उद्देश्य से बनाए गए नए यूरोपीय संघ के नियम रविवार से लागू हो गए, और इनके तहत जर्मनी तथा पूरे ब्लॉक की कंपनियाँ विज्ञापन और पैकेजिंग पर अपने उत्पादों की पर्यावरणीय खूबियों के बारे में क्या कह सकती हैं, इस पर और कड़े प्रतिबंध लग गए हैं।

ब्रुसेल्स में EmpCo निर्देश के नाम से जाने जाने वाले ये नियम उपभोक्ताओं को भ्रामक पर्यावरणीय दावों से बचाने और उन स्थिरता संबंधी बयानों को अधिक महत्व देने के लिए हैं, जिन्हें सत्यापित किया जा सकता है। व्यवहार में, इसका सबसे स्पष्ट असर सुपरमार्केट, दवा दुकानों और ऑनलाइन मार्केटिंग में दिखेगा, जहाँ "पर्यावरण-हितैषी", "ग्रीन" या इसी तरह के व्यापक दावों का इस्तेमाल अब तब तक नहीं किया जा सकेगा, जब तक कंपनियाँ उन्हें स्पष्ट रूप से उचित ठहराकर साबित न कर सकें।

यह निर्देश “क्लाइमेट न्यूट्रल” शब्द के उपयोग को भी सीमित करता है। नए नियमों के तहत, यदि यह दावा अपने स्वयं के वैल्यू चेन के बाहर कार्बन ऑफ़सेटिंग पर आधारित है, जैसे पेड़ लगाने की परियोजनाओं के लिए भुगतान करना, तो कंपनियाँ इसका इस्तेमाल नहीं कर सकतीं। यह कदम यूरोपीय संघ के उस व्यापक प्रयास को दर्शाता है, जिसका उद्देश्य कंपनियों को ऑफ़सेट खरीद को व्यापक पर्यावरणीय वादों के लिए पर्याप्त बताने से रोकना है।

एक और बड़ा बदलाव लेबल और सीलों से जुड़ा है। अब स्थिरता लेबल केवल तभी अनुमत हैं, जब वे किसी बाहरी प्रमाणन प्रणाली पर आधारित हों या किसी सार्वजनिक प्राधिकरण द्वारा जारी किए गए हों। इसका उद्देश्य ऐसे लोगो और प्रतीकों से भरे बाजार को संबोधित करना है, जो खरीदारों को आधिकारिक लग सकते हैं, लेकिन जिन्हें कंपनियाँ खुद बना सकती हैं।

नए ढाँचे के समर्थकों का कहना है कि इससे उपभोक्ताओं और उन व्यवसायों—दोनों को मदद मिलनी चाहिए जिन्होंने वास्तव में पर्यावरणीय निवेश किए हैं। जर्मन सोशल डेमोक्रेट्स की यूरोपीय संसद सदस्य डेलारा बर्खार्ड्ट ने कहा कि इन नियमों से उन कंपनियों को असमर्थित वादों के साथ प्रतिस्पर्धा नहीं करनी पड़ेगी, जो पर्यावरण संरक्षण पर पैसा खर्च करती हैं।

उपभोक्ता समर्थकों ने भी लेबल के लिए तय किए गए कड़े मानक का स्वागत किया है। यूरोपीय उपभोक्ता केंद्र की करोलिना वॉयटल ने कहा कि सील खरीदारों के फैसले को बहुत प्रभावित कर सकती हैं, जबकि बहुत से लोग यह नहीं बता पाते कि उनके पीछे कोई वास्तविक ऑडिट प्रक्रिया है या वे मुख्यतः एक मार्केटिंग उपकरण हैं।

जर्मनी में कारोबारी समूहों का कहना है कि वे ग्रीनवॉशिंग रोकने के लक्ष्य का समर्थन करते हैं, लेकिन उनका तर्क है कि इसे लागू करने की प्रक्रिया ने कानूनी अनिश्चितता पैदा कर दी है। जर्मन रिटेल एसोसिएशन के प्रमुख स्टीफन गेन्थ ने कहा कि अभी भी कई कंपनियों को जर्मन कार्यान्वयन के तहत सटीक ढाँचे और अपेक्षाओं को लेकर पर्याप्त स्पष्टता नहीं है।

इस अनिश्चितता ने मौजूदा स्टॉक को लेकर चिंता बढ़ा दी है। खुदरा और उद्योग संगठनों ने गर्मियों में चेतावनी दी थी कि बड़ी संख्या में उत्पाद प्रभावित हो सकते हैं, क्योंकि उनकी पैकेजिंग या लेबल नए मानक पर खरे नहीं उतरते। गेन्थ ने कहा कि रिटेल एसोसिएशन का अनुमान है कि जर्मनी में लगभग 30 करोड़ उत्पाद इस बदलाव की चपेट में आ सकते हैं। इन समूहों ने अपशिष्ट से बचने के लिए 12 महीने की बिक्री-निपटान अवधि की मांग की थी।

यह चिंता केवल एक उद्योग तक सीमित नहीं रही। उदाहरण के लिए, प्रकाशन क्षेत्र में कंपनियों को डर था कि टिकाऊ या जलवायु-अनुकूल छपाई का दावा करने वाली किताबें, यदि वे बयान नियमों के अनुरूप नहीं रहे, तो उन्हें नष्ट करना पड़ सकता है। इसी तरह की समस्याएँ कहीं भी सामने आती हैं, जहाँ कंपनियों ने पहले ही लेबल, डिब्बे या प्रचार सामग्री छाप ली है।

जर्मनी के संघीय पर्यावरण मंत्रालय ने इस शिकायत का विरोध किया है कि व्यवसायों को अचानक चौंका दिया गया। मंत्रालय ने कहा कि यूरोपीय संघ का यह निर्देश मार्च 2024 में लागू हुआ था और तब से बदलावों का विवरण स्पष्ट रहा है। वॉयटल ने भी ऐसा ही कहा, और बताया कि जो कंपनियाँ अब इन नियमों को आश्चर्य बता रही हैं, उन्होंने बाज़ार पर ठीक से नज़र नहीं रखी।

जर्मनी में सबसे तात्कालिक सवालों में से एक यह रहा है कि नए नियम लागू होने से पहले से बाज़ार में मौजूद सामान का क्या होगा। शुरुआत की तारीख से तीन दिन पहले, बुंडेस्टाग ने 27 सितंबर से पहले बाज़ार में रखे गए उत्पादों के लिए एक अस्थायी विशेष प्रावधान को मंजूरी दी। यदि विवाद अदालत तक पहुँचते हैं, तो न्यायाधीशों से अनुपातिकता पर विचार करने की उम्मीद है, जिसमें यह भी शामिल होगा कि क्या कंपनियों को अन्यथा उपयोग योग्य बड़ी संख्या में उत्पादों को फेंकना पड़ता।

इस देर से किए गए समायोजन के बावजूद, कुछ कंपनियों का कहना है कि नुकसान पहले ही हो चुका है। बर्लिन की कंपनी Einhorn के सह-संस्थापक फिलिप ज़ीफ़र ने कहा कि इस निर्देश ने उनके कारोबार के लिए भारी लागत पैदा की।

यह कंपनी, जो मासिक धर्म उत्पाद और कंडोम बनाती है और जिसने पिछले साल एक जर्मन स्थिरता पुरस्कार जीता था, के पास लगभग दो मिलियन टैम्पॉन ऐसे पैकेजिंग में थे जिन पर “fair” शब्द था। उसने “fairstainable” नाम का एक स्वयं बनाया गया चिह्न भी इस्तेमाल किया, जो “fair” और “sustainable” शब्दों को मिलाकर बनाया गया था। क्योंकि वह चिह्न बाहरी रूप से प्रमाणित नहीं था, इसलिए नए ढाँचे के तहत यह समस्या बना।

ज़ीफ़र ने कहा कि कंपनी ने रविवार से पहले इन उत्पादों को भारी ऑनलाइन छूट के साथ बेचने की कोशिश की। उन्होंने यह भी कहा कि कंपनी ने अपने ही स्थिरता लक्ष्यों के बावजूद सामान हवाई मालभाड़े से भेजा और अतिरिक्त भंडारण लागतों का सामना किया। उनके मुताबिक, कंपनी को कुल मिलाकर यूरो में मध्य छह अंकों की राशि का झटका लगा।

नए नियम ऐसे समय में आए हैं जब यूरोप में अदालतें और नियामक पर्यावरणीय मार्केटिंग पर अधिक ध्यान दे रहे हैं। जर्मनी में, फ्रैंकफर्ट की एक क्षेत्रीय अदालत ने पिछले साल एक मामले में, जिसे पर्यावरण समूह Deutsche Umwelthilfe ने दायर किया था, Apple को अपनी स्मार्टवॉच को कार्बन न्यूट्रल बताने से रोक दिया था। यह फैसला सीधे इस नए निर्देश से नहीं निकला था, लेकिन इसने ऐसे पर्यावरणीय शब्दों से जुड़े बढ़ते कानूनी जोखिम को दिखाया, जिन्हें पूरी तरह समर्थित नहीं किया जा सकता।

जर्मनी में प्रवर्तन अब काफी हद तक मुकदमेबाजी पर निर्भर हो सकता है। पूरे देश में इस निर्देश के अनुपालन की निगरानी के लिए कोई एक केंद्रीय प्राधिकरण जिम्मेदार नहीं है, और उम्मीद है कि पर्यावरण संगठन उन कंपनियों के खिलाफ मामले दायर करेंगे, जिन्हें वे नए प्रतिबंधों का उल्लंघन करता मानते हैं।

ये बदलाव पेय पदार्थ बनाने वाली कंपनियों पर भी सीधे असर डाल सकते हैं, भले ही अब तक बहस सामान्य रूप से खुदरा पैकेजिंग पर अधिक केंद्रित रही हो। वाइन, बीयर, स्पिरिट्स और अन्य पेय कंपनियाँ अक्सर स्थिरता प्रयासों को उजागर करने के लिए लेबल, बोतल पर संदेश, कार्टन और विज्ञापन का सहारा लेती हैं। कड़े यूरोपीय संघ मानक के तहत व्यापक पर्यावरणीय भाषा के लिए अब कम गुंजाइश रह गई है, और यदि उत्पादन, पैकेजिंग, कार्बन प्रभाव या स्रोत से जुड़े दावों के पीछे स्पष्ट सबूत या मान्यता प्राप्त प्रमाणन न हो, तो कानूनी चुनौतियों का जोखिम बढ़ सकता है।

उपभोक्ताओं के लिए इसका असर संभवत: तत्काल नहीं, बल्कि धीरे-धीरे दिखेगा। शेल्फ़ पर पहले से मौजूद उत्पाद रातोंरात गायब नहीं होंगे, और कुछ विवाद संभवत: अदालत में सुलझेंगे। लेकिन अब से जर्मनी और व्यापक यूरोपीय संघ में बिक्री करने वाली कंपनियों को तब कहीं कड़ी कसौटी का सामना करना पड़ेगा, जब वे खरीदारों से कहेंगी कि कोई उत्पाद ग्रीन, सस्टेनेबल या क्लाइमेट फ्रेंडली है।