

IZABELA HASIŃSKA\*

ORCID: 0000-0002-2510-0310

## Nierzetelny marketing ekologiczny w kontekście warunków produkcji ekologicznej

**1. Ukierunkowanie producentów rolnych na podejmowanie działań proekologicznych i akcentowana idea zrównoważonego rozwoju są nazywane mianem „ekotrendu”, który wywodzi się z marketingu społecznego. Z kolei marketing społeczny polega na określeniu potrzeb, wymagań i interesów rynków docelowych oraz na dostarczaniu pożądanego zadowolenia w sposób bardziej efektywny i wydajny niż konkurencja, przy jednoczesnym zachowaniu lub podniesieniu dobrobytu konsumenta i społeczeństwa<sup>1</sup>. Nazywany jest on również ekomarketingiem, zielonym marketingiem, marketingiem środowiskowym lub marketingiem proekologicznym.**

Wielu producentów, zwłaszcza wyrobów żywnościowych, w tym suplementów diety i dietetycznych środków spożywczych specjalnego przeznaczenia, dopuszcza się ekomanipulacji, poprzez zabiegi realizowane wyłącznie w sferze wizualnej i językowej, nie prowadząc jednak produkcji ekologicznej. Wobec rosnącego zapotrzebowania na produkty ekologiczne producenci często prezentują swój asortyment, stosując takie określenia, jak: „bez konserwantów”, „prosto od chłopa”, „zdrowy”, „z ekologicznych źródeł” czy „dbamy o środowisko naturalne”. Często jednak produkty tak oznaczone nie pochodzą z produkcji ekologicznej.

---

\* Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu.

<sup>1</sup> Ph. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Warszawa 1994, s. 25; S. Zaremba-Warnke, *Pojęcie marketingu ekologicznego*, w: S. Zaremba-Warnke (red.), *Marketing ekologiczny*, Wrocław 2009, s. 100.

Skala takich działań pozwoliła na wyodrębnienie zjawiska zwanego „nierzetelnym marketingiem ekologicznym” (ang. *greenwashing*), polegającego na wprowadzaniu odbiorców w błąd w odniesieniu do praktyk ekologicznych producentów lub korzyści ekologicznych jego produktu<sup>2</sup>. Termin *greenwashing* stanowi połączenie słów: *green* – zielony, ekologiczny i *withewash* – wybielanie (w metaforycznym sensie), jednak w praktyce gospodarczej *greenwashing* nierzadko wykracza poza samą działalność marketingową o charakterze wyłącznie komercyjnym<sup>3</sup>.

Charakteryzowanie produktów jako posiadających właściwości ekologiczne i w związku z tym prozdrowotne wpływa na zachowania konsumentów. Zwłaszcza konsumenci o wyższych dochodach często wybierają produkty sugerujące ich ekologiczne pochodzenie. Względy te powodują, że producenci chętnie umieszczają na swoich produktach oznaczenia powszechnie utożsamiane z produkcją ekologiczną, jak „bio”, „eko” i „organic”. Istotny jest także wygląd opakowania z dominującym kolorem zielonym czy z symbolem gwiazd i liścia<sup>4</sup>. Jednakże samo użycie wspomnianych terminów i symboli w oznakowaniu produktu jest dopuszczalne wyłącznie po spełnieniu ściśle określonych warunków ustawowych. Ustawodawca stanowi, że każdy etap produkcji ekologicznej, począwszy od produkcji, przez przetwarzanie, przechowywanie i transport, po sprzedaż ostatecznemu konsumentowi, musi podlegać kontroli i certyfikacji<sup>5</sup>.

Za podjęciem niniejszej tematyki badawczej przemawiają głównie względy poznawcze, społeczno-gospodarcze i praktyczne. Jeśli chodzi o względy poznawcze, warto odnotować, że nierzetelny marketing ekologiczny w kontekście warunków produkcji ekologicznej nie był szerzej omawiany w literaturze w prawniczej i ekonomicznej. Wprawdzie zagadnienia dotyczące warunków produkcji ekologicznej oraz marketingu produktów wytworzonych w ten sposób cieszyły się dużym zainteresowaniem<sup>6</sup>, ale

<sup>2</sup> B. Fert, *Nierzetelny marketing ekologiczny (greenwashing) – opis zjawiska i próba jego kwalifikacji prawnej*, „Przegląd Prawa Ochrony Środowiska” 2015, nr 2, s. 235–236.

<sup>3</sup> I. Nestoruk, *Greenwashing, czyli nierzetelny marketing ekologiczny w prawie amerykańskim*, „Radca Prawny” 2011, nr 7–8, s. 9 i cytowana tam literatura; I. Przybojewska, *Greenwashing w kontekście unormowań prawnych*, „Prawne Problemy Górnictwa i Ochrony Środowiska” 2022, nr 1, s. 1 i n.

<sup>4</sup> B. Bułacz, *Znaki towarowe w marketingu ekologicznym*, „Kwartalnik Urzędu Patentowego RP” 2020, nr 2(45), s. 13.

<sup>5</sup> B. Sazońska, *Wymogi formalno-prawne dla przetwórstwa ekologicznego*, Radom 2011, s. 5.

<sup>6</sup> S. Prutis, *Regulacje prawne produkcji ekologicznej w rolnictwie polskim*, „Studia Iuridica Agraria” 2013, nr 11, s. 39–60; K. Leśkiewicz, *Nowe spojrzenie na rolnictwo ekologiczne – aspekty prawne*, „Przegląd Prawa Rolnego” 2014, nr 2, s. 121–133; A. Niewiadomski,

publikacje te w dużej mierze dotyczą nieaktualnego już stanu prawnego<sup>7</sup>. Od 1 stycznia 2022 r. obowiązującym aktem prawnym, zwanym również aktem podstawowym, jest rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/848 z 30 maja 2018 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych i uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007<sup>8</sup>. Wdrożenie go do krajowego porządku prawnego nastąpiło ustawą z 23 czerwca 2022 r. o rolnictwie ekologicznym i produkcji ekologicznej<sup>9</sup>.

Jeśli chodzi o względy społeczno-gospodarcze, to trzeba podkreślić zarówno znaczący wzrost zainteresowania rolnictwem ekologicznym i produktami wytwarzanymi metodami ekologicznymi na rynku międzynarodowym, jak i nasilające się negatywne oddziaływanie rolnictwa konwencjonalnego na środowisko przyrodnicze. W tym zakresie na uwagę zasługują założenia nowej Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027. Według projektodawców powinna ona służyć przede wszystkim ochronie środowiska naturalnego i rozwojowi rolnictwa ekologicznego<sup>10</sup>.

---

*Prośrodowiskowe determinanty polskiej i europejskiej polityki rolnej*, „Studia Iuridica Lublinsensia” 2017, t. XXVI, nr 1, s. 271–286; W. Łuczka, *Stan badań nad rolnictwem ekologicznym w Polsce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2016, nr 453, s. 64–76; eadem, *Rynek żywności ekologicznej*, Warszawa 2007, s. 76; M. Grzybowska-Brzezińska, *Wpływ instrumentów marketingu ekologicznego na zachowania konsumentów na rynku produktów spożywczych*, „Marketing i Zarządzanie” 2013, nr 30, s. 47–58; E. Rudawska, *Marketing zrównoważony – nowe oblicze kapitalizmu?*, „Ekonomia” 2013, nr 3, s. 75–88.

<sup>7</sup> Publikacje te dotyczyły rozporządzenia Rady (WE) nr 834/2007 z 28 czerwca 2007 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 2092/91 (Dz. Urz. L 189 z 20 lipca 2007 r.) oraz ustawy z 25 czerwca 2009 r. o rolnictwie ekologicznym (Dz. U. Nr 116, poz. 975) i regulacji wcześniejszych.

<sup>8</sup> Dz. Urz. UE L 150/1, s. 1 (dalej: rozporządzenie nr 2018/848).

<sup>9</sup> Dz. U. poz. 1370. Ustawa ta uchyla ustawę z 25 czerwca 2009 r. o rolnictwie ekologicznym.

<sup>10</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2115 z 2 grudnia 2021 r. ustanawiające przepisy dotyczące wsparcia planów strategicznych sporządzanych przez państwa członkowskie w ramach wspólnej polityki rolnej (planów strategicznych WPR) i finansowanych z Europejskiego Funduszu Rolniczego Gwarancji (EFRG) i z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) oraz uchylające rozporządzenia (UE) nr 1305/2013 i (UE) nr 1307/2013 (Dz. Urz. UE L 435/1) oraz rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2117 z 2 grudnia 2021 r. zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1308/2013 ustanawiające wspólną organizację rynków produktów rolnych, (UE) nr 1151/2012 w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych, (UE) nr 251/2014 w sprawie definicji, opisu, prezentacji, etykietowania i ochrony oznaczeń geograficznych aromatyzowanych produktów sektora wina i (UE) nr 228/2013 ustanawiające szczególnie środki w dziedzinie rolnictwa na rzecz regionów najbardziej oddalonych w Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE L 435/262).

Wspólna Polityka Rolna będzie realizować strategię Europejski Zielony Ład<sup>11</sup> oraz towarzyszące jej strategię „od pola do stołu”<sup>12</sup> i „bioróżnorodność 2030”<sup>13</sup>, dotyczące rolnictwa. Głównym celem strategii „od pola do stołu” jest zwiększenie produkcji ekologicznej, tak aby do 2030 r. zostało na nią przeznaczonych 25% gruntów rolnych. Natomiast rolnictwo ekologiczne powinno stanowić podstawowy komponent Europejskiego Zielonego Ładu, mogący skutecznie przyczynić się do ochrony klimatu i bioróżnorodności<sup>14</sup>.

Względy praktyczne są z kolei związane ze stosowaniem prawa w kontekście spełniania warunków dotyczących produkcji ekologicznej zawartych w regulacjach prawnych. Zarówno producenci podejmujący się wytwarzania produktów rolnych metodą ekologiczną, jak i jednostki certyfikujące, sprawujące kontrolę i dokonujące certyfikacji powinny znać obowiązujące w tym względzie przepisy prawa. Obowiązek należytej realizacji norm określających warunki produkcji ekologicznej ma gwarantować, że produkty oznaczone jako ekologiczne będą posiadały takie właściwości. Rosnący popyt na wysokiej jakości produkty ekologiczne wymaga takiego współdziałania podmiotów w zakresie przestrzegania przepisów regulujących produkcję ekologiczną, które będzie służyć zapewnieniu uczciwej konkurencji i ochronie konsumenta.

Kolejnym problemem praktycznym jest skuteczność sankcji za nieprzestrzeganie warunków produkcji ekologicznej, w tym za wprowadzanie konsumentów w błąd i fałszywe stylizowanie wyrobów na ekologiczne<sup>15</sup>. Chodzi zwłaszcza o to, czy przewidziane w przepisach kary finansowe będą faktycznie przeciwdziałały nierzetelnemu marketingowi ekologicznemu.

---

<sup>11</sup> Komunikat Komisji Europejskiej do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Rady Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów Europejski Zielony Ład, COM(2019) 640 wersja ostateczna, EUR-Lex – 52019DC0640 – PL.

<sup>12</sup> Komunikat Komisji Europejskiej do Parlamentu Europejskiego, Rady, Rady Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów Strategia „od pola do stołu” na rzecz sprawiedliwego, zdrowego i przyjaznego dla środowiska systemu żywnościowego, COM (2020) 381 wersja ostateczna, EUR-Lex – 52020DC0381 – PL.

<sup>13</sup> Komunikat Komisji Europejskiej do Parlamentu Europejskiego, Rady, Rady Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, Unijna Strategia na rzecz bioróżnorodności do 2030 r. Przywracanie natury do naszego życia, COM(2020) 380.

<sup>14</sup> J. Groszyk, *Rolnictwo ekologiczne w Polsce w kontekście strategii unijnych*, „Infos” 2022, nr 4(296), s. 3–4.

<sup>15</sup> M. Trempała, *Odpowiedzialność za wprowadzenie konsumentów w błąd poprzez sugerowanie szczególnych właściwości żywności*, „Przegląd Prawa Rolnego” 2013, nr 2, s. 107–125; K. Leśkiewicz, *Sankcje w rolnictwie ekologicznym*, „Przegląd Prawa Rolnego” 2010, nr 1, s. 51–71.

Celem niniejszych rozważań jest znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy nowe regulacje prawne w wystarczający sposób chronią konsumentów przed nierzetelnym marketingiem ekologicznym. Realizacji tego celu przyporządkowana została struktura artykułu. Punktem wyjścia jest określenie warunków produkcji ekologicznej, zasad certyfikacji oraz sankcji za ich naruszenie, a kolejne rozważania dotyczą zasad znakowania produktów ekologicznych i stosowanych praktyk marketingowych w kontekście produkcji ekologicznej.

2. Według definicji zawartej w rozporządzeniu nr 2018/848 produkcja ekologiczna oznacza stosowanie, także w okresie konwersji, metod produkcji zgodnych z niniejszym rozporządzeniem na wszystkich etapach produkcji, przygotowania i dystrybucji. Z kolei produkt ekologiczny to produkt powstały w wyniku produkcji ekologicznej, inny niż produkt wytworzony w okresie konwersji. Produkty pochodzące z łowiectwa lub połowu dzikich zwierząt nie są uważane za produkty ekologiczne (art. 3 pkt 2). O uznaniu określonego produktu za produkt ekologiczny decydują nie jego szczególne cechy czy właściwości, ale metoda jego wytwarzania.

Produkcja ekologiczna obejmuje produkty pochodzenia rolniczego, w tym produkty akwakultury i pszczelarstwa oraz produkty będące pochodnymi takich produktów, w przypadku gdy produkty te są lub mają być wytwarzane, przygotowywane, znakowane, dystrybuowane, wprowadzane do obrotu lub przywożone do Unii bądź wywożone z Unii. Należą do nich żywe lub nieprzetworzone produkty rolne, w tym nasiona i inny materiał przeznaczony do reprodukcji roślin, oraz przetworzone produkty rolne przeznaczone do wykorzystania jako żywność i pasze (art. 2 ust. 1)<sup>16</sup>.

Podjęcie produkcji ekologicznej wymaga przestrzegania określonych zasad. Do najważniejszych z nich należą: zakaz stosowania GMO, zakaz stosowania promieniowania jonizującego, ograniczenie zastosowania nawozów sztucznych, środków chwastobójczych, w tym pestycydów, oraz zakaz

---

<sup>16</sup> Obecnie będzie można produkować, certyfikować i znakować także drożdże używane jako żywność lub paszę; herbatę paragwajską, kukurydzę cukrową, liście winorośli, rdzenie palmowe, kielki chmielu i inne podobne jadalne części roślin i wytwarzane z nich produkty; sól morską i inne rodzaje soli stosowane w żywności i paszy; kokon jedwabnika nadający się do zwijania; naturalne gumy i żywice; wosk pszczeli; olejki eteryczne; zatyczki z korka naturalnego, nieaglomerowane i bez żadnych substancji wiążących; bawełnę, niezgrzebloną i nieczesaną; wełnę, niezgrzebloną i nieczesaną; skóry surowe i skóry niewyprawione; tradycyjne ziołowe preparaty na bazie roślin. Zob. załącznik I do rozporządzenia nr 2018/848 zmieniony przez pkt 1 sprostowania z 9 września 2021 r. (Dz. Urz. UE L 2021.318.5).

stosowania hormonów i ograniczenie stosowania antybiotyków wyłącznie do sytuacji, w której jest to konieczne dla zachowania zdrowia zwierząt (art. 4). Tym samym podmioty prowadzące produkcję ekologiczną muszą podejmować różne działania umożliwiające zapewnienie żyzności gleby i zdrowia zwierząt oraz roślin. Trzeba tu wskazać na: prowadzenie rotacji upraw, uprawę roślin wiążących azot i innych roślin na nawóz zielony, aby przywrócić żyzność gleby, zakaz stosowania mineralnych nawozów azotowych. W celu ograniczenia wpływu chwastów i szkodników rolnicy ekologiczni powinni wybierać odporne odmiany i rasy oraz praktyki sprzyjające naturalnej kontroli szkodników. Z kolei w ramach wspomagania naturalnej obrony immunologicznej zwierząt, aby zapewnić zwierzętom zdrowie i dobrostan, producenci ekologiczni powinni zapobiegać ich nadmiernej obsadzie<sup>17</sup>.

Okres konwersji obejmuje etap zmiany konwencjonalnego systemu gospodarowania na ekologiczny, a jego celem jest rozkład pozostałości stosowanych dotąd środków agrochemicznych oraz osiągnięcie równowagi ekologicznej w gospodarstwie. Zgodnie z art. 34 ust. 1 rozporządzenia nr 2018/848 przed wprowadzeniem wszelkich produktów do obrotu jako „ekologicznych” lub „w okresie konwersji” bądź przed okresem konwersji podmioty oraz grupy podmiotów, o których mowa w art. 36, produkujące, przygotowujące, dystrybuujące lub przechowujące produkty ekologiczne lub produkty w okresie konwersji, które przywożą takie produkty z państwa trzeciego lub je wywożą do państwa trzeciego lub które wprowadzają takie produkty do obrotu, zgłaszają swoją działalność właściwym organom państwa członkowskiego, w którym prowadzona jest ich działalność oraz w którym ich przedsiębiorstwo podlega systemowi kontroli. Podmioty, które sprzedają opakowane produkty ekologiczne bezpośrednio konsumentowi lub użytkownikowi końcowemu są zwolnione z obowiązku powiadamiania oraz obowiązku posiadania certyfikatu, pod warunkiem że nie produkują, nie przygotowują ani nie przechowują do celów innych niż związane z punktem sprzedaży lub przywozem takich produktów z państwa trzeciego, ani nie zlecają podwykonawstwa tych czynności innemu podmiotowi (art. 34 ust. 2).

Warunki produkcji ekologicznej dotyczą również transportu i przechowywania produktów ekologicznych. Producent zobowiązany jest do zapewnienia należytego transportu do innych jednostek, np. hurtowników i detalistów. W czasie transportu produkty ekologiczne powinny być od-

<sup>17</sup> [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-production-and-products\\_pl](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-production-and-products_pl) [dostęp: 20.11.2022].

powiednio opakowane, w pojemnikach lub w pojazdach zamkniętych, tak aby uniemożliwić ewentualne dokonanie zmiany ich zawartości. Producent powinien prowadzić ewidencję działań transportowych takich produktów i udostępnić ją na żądanie jednostki certyfikującej.

Także producenta obciąża wymóg prawidłowego przechowywania produktów ekologicznych. Na przykład żywność ekologiczna powinna być fizycznie lub chronologicznie odseparowana od żywności konwencjonalnej. Producent w razie prowadzenia działań na produktach ekologicznych obowiązany jest uprzednio zadbać o odpowiednie oczyszczenie urządzeń produkcyjnych<sup>18</sup>. Przepisy dopuszczają możliwość łączenia produkcji konwencjonalnej i ekologicznej w ramach tego samego zakładu produkcyjnego. Wówczas producent zobowiązany jest odseparować produkcję konwencjonalną od ekologicznej „w czasie lub w przestrzeni” oraz poinformować jednostkę certyfikującą o dokładnej ilości produktów wyprodukowanych w swoich jednostkach produkcyjnych. Trzeba zaznaczyć, że podwykonawcy, którym podmiot prowadzący działalność w zakresie rolnictwa ekologicznego na podstawie umowy zleci działania na etapie przygotowania produktów ekologicznych, również ponoszą odpowiedzialność w zakresie przestrzegania warunków takiej produkcji<sup>19</sup>.

W Polsce za system kontroli i certyfikacji w zakresie podjęcia i prowadzenia produkcji ekologicznej odpowiedzialni są Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych oraz dwanaście jednostek certyfikujących, którym zostały przekazane zadania w zakresie kontroli urzędowych i niektórych zadań związanych z innymi czynnościami urzędowymi<sup>20</sup>. Główny Inspektor jest organem właściwym do przekazywania jednostkom certyfikującym zadań w zakresie kontroli urzędowych i niektórych zadań związanych z innymi czynnościami urzędowymi, a także organem nadzorującym jednostki certyfikujące i produkcję ekologiczną. Funkcjonowanie systemu kontroli i certyfikacji w zakresie rolnictwa ekologicznego ma na celu zabezpieczenie produkcji ekologicznej, a tym samym zagwarantowanie konsumentowi, że produkty znajdujące się na rynku zostały wyprodukowane według obowiązujących przepisów<sup>21</sup>.

---

<sup>18</sup> M. Chmielewska, *Żywność pochodząca z produkcji ekologicznej. Obowiązki producenta*, „Biuletyn Euro Info” 2018, nr 2(179), s. 14.

<sup>19</sup> Ibidem, s. 15.

<sup>20</sup> Stan na 7 lipca 2022 r. według rejestru jednostek certyfikujących w Polsce, <https://www.gov.pl/web/ijhars/jednostki-certyfikujace> [dostęp: 21.10.2022].

<sup>21</sup> <https://www.gov.pl/web/ijhars/system-kontroli-i-certyfikacji> [dostęp: 21.10.2022].

Ustawa z 23 czerwca 2022 r. o rolnictwie ekologicznym i produkcji ekologicznej<sup>22</sup> reguluje warunki zgłoszenia działalności w zakresie produkcji ekologicznej. Zgłoszenie następuje za pośrednictwem wybranej jednostki certyfikującej, na podstawie formularza udostępnionego na stronie internetowej administrowanej przez Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych. Organem właściwym do przyjęcia zgłoszenia jest Wojewódzki Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (art. 17 ust. 1). W sprawach dotyczących zezwoleń nie są pobierane opłaty. Dane i informacje przekazywane przez jednostki certyfikujące do właściwego organu są danymi dostępnymi publicznie. Każdy certyfikat wydany podmiotowi objętemu systemem kontroli w produkcji ekologicznej zawiera jego imię i nazwisko lub nazwę oraz adres.

Wybrana jednostka certyfikująca wraz z producentem odpowiada za jakość produktów ekologicznych. Jednostki certyfikujące zostały upoważnione zarówno do przeprowadzania kontroli urzędowych, jak i do regularnego przekazywania ich wyników do właściwych organów. Podstawą kontroli w rolnictwie ekologicznym jest weryfikacja sposobu produkcji. Trzeba zaznaczyć, że w gospodarstwach ekologicznych sprawdza się przestrzeganie zasad ekologicznej agronomii. Na przykład w przetwórstwie żywności ocena obejmuje cały proces przetwarzania surowców ekologicznych, w tym dokumentację wymaganą dla obiektów, w których będzie prowadzone przetwórstwo, i stosowanych praktyk oraz środków w zakresie linii technologicznych, pomieszczeń do pakowania przetworzonych produktów ekologicznych i magazynów do ich przechowywania. Istotne są również informacje o źródłach pozyskiwania surowców, np. kopie certyfikatów od dostawców, faktury zakupu-sprzedaży, dokumenty przewozowe, a także opis procesu przetwarzania, w tym receptury, wykaz użytych dodatków, rachunki poświadczające przepływ surowców i gotowych wyrobów<sup>23</sup>.

Za nieprzestrzeganie przepisów i warunków dotyczących produkcji ekologicznej zarówno jednostka certyfikująca, jak i producent podlegają karom pieniężnym. Karze pieniężnej w wysokości do dziesięciokrotności przeciętnego wynagrodzenia za rok poprzedzający rok wszczęcia postępowania w sprawie nałożenia kary podlega jednostka certyfikująca, która m.in.

---

<sup>22</sup> Ustawa z 23 czerwca 2022 r. o rolnictwie ekologicznym i produkcji ekologicznej (Dz. U. poz. 1370).

<sup>23</sup> B. Szońska, K. Sambor, M. Gajewska, T. Stachowicz, M. Krysztoforski, A. Litwinow, D. Pomykała, I. Gradka, *Gospodarowanie ekologiczne – co każdy rolnik wiedzieć powinien? Materiały szkoleniowe dla rolników posiadających certyfikowane gospodarstwa ekologiczne*, Radom 2021, s. 38–39.



nie przekazuje lub przekazuje nieprawdziwe bądź niekompletne dane lub informacje, nie wykonuje obowiązku powiadomienia, nie przekazuje dokumentacji kontrolnej lub informacji, do przekazania których zobowiązują ją przepisy (art. 23 ust. 1).

Z kolei jednostka certyfikująca, która wydaje certyfikat dla produkcji niespełniającej wymagań określonych w przepisach dotyczących rolnictwa ekologicznego czy wbrew przepisom dotyczącym rolnictwa ekologicznego uznaje, że okres konwersji został zakończony, bądź przeprowadza kontrolę urzędową lub inne czynności urzędowe niezgodnie z zasadami lub sposobem wymaganym przepisami, podlega karze pieniężnej w wysokości do dwudziestokrotności przeciętnego wynagrodzenia za rok poprzedzający rok wszczęcia postępowania, w sprawie nałożenia kary. Sankcją tą objęte są również takie działania jednostki, w ramach których przeprowadza ona kontrolę urzędową lub inne czynności urzędowe za pośrednictwem osób niewpisanych do rejestru inspektorów rolnictwa ekologicznego, lub w sposób niezgodny ze specjalizacją w zakresie przeprowadzania kontroli urzędowej albo za pośrednictwem osób, które są wpisane do tego rejestru, ale nie spełniają obowiązku podnoszenia poziomu wiedzy (art. 23 ust. 2).

Natomiast podmioty, które uniemożliwiają organowi Inspekcji prowadzenie czynności kontrolnych w ramach nadzoru, podlegają karze pieniężnej w wysokości do dwudziestokrotności przeciętnego wynagrodzenia za rok poprzedzający rok wszczęcia postępowania w sprawie nałożenia kary. W sytuacji, gdy utrudniają temu organowi prowadzenie czynności kontrolnych w ramach nadzoru, podlegają karze pieniężnej w wysokości do piętnastokrotności przeciętnego wynagrodzenia za rok poprzedzający rok wszczęcia postępowania w sprawie nałożenia kary.

Wprowadzenie do obrotu produktów lub substancji niedopuszczonych do stosowania w produkcji ekologicznej, które zostały oznakowane w sposób sugerujący, że dane produkty lub substancje są dopuszczone zgodnie z przepisami do stosowania w produkcji ekologicznej, w tym przez oznakowanie określeniem „ekologiczny” lub pochodną tego określenia, bądź określeniem „eko” lub „bio”, podlega karze pieniężnej w wysokości do 200% korzyści majątkowej, którą uzyskała lub mogłaby uzyskać za wprowadzony do obrotu środek, produkt lub substancję za rok poprzedzający rok wszczęcia postępowania w sprawie nałożenia kary (art. 24).

Przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej organ, który ją nakłada, zobowiązany jest uwzględnić stopień szkodliwości czynu, stopień zawinienia, zakres naruszenia, dotychczasową działalność podmiotu działającego na rynku i jego potencjał. Tym samym, jak słusznie podkreśla się w doktrynie,

od dawna faktyczne wymierzenie maksymalnej kary, choć w wielu przypadkach zasadne, jest znacznie utrudnione. Charakterystyczne jest orzekanie kar w kwotach minimalnych<sup>24</sup>. Z kolei kara pieniężna powinna być skuteczna, proporcjonalna i odstraszająca. Niski wymiar kary nie ma nic wspólnego z realizacją jej funkcji prewencyjnej. To powoduje, że w praktyce „skonsumowanie” zysków płynących z oszukiwania konsumentów jest bardzo trudne, a prewencyjny wymiar stosowanych kar, jeśli w ogóle możliwy do osiągnięcia, jest niewielki<sup>25</sup>.

3. Według rozporządzenia 2018/848 znakowanie produktów rolnych i środków spożywczych ma podlegać ogólnym przepisom ustanowionym w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011<sup>26</sup>, a w szczególności przepisom, które mają na celu zapobieganie znakowaniu mogącemu dezorientować konsumentów lub wprowadzać ich w błąd. Ponadto prawodawca unijny wymaga ustanowienia szczegółowych przepisów dotyczących znakowania produktów ekologicznych i produktów w okresie konwersji. Ich zadaniem ma być ochrona zarówno interesów podmiotów związanych z prawidłowym oznakowaniem ich produktów na rynku, jak i interesów konsumentów związanych z możliwością podejmowania świadomych wyborów. W związku z tym terminy używane do znakowania produktów ekologicznych powinny podlegać ochronie w całej Unii, tak by nie mogły być używane do znakowania produktów nieekologicznych, niezależnie od stosowanego języka. Ochronie tej powinny podlegać także zwyczajowe terminy pochodne od tych określeń lub ich wersje skrócone, np. „bio” i „eko”, bez względu na to, czy są one używane osobno, czy łącznie<sup>27</sup>.

---

<sup>24</sup> M. Wolska, *Znakowanie produktów rolnych za pomocą określenia „bio”*. Glosa do wyroku NSA z dnia 11 lipca 2017 r., II GSK 2934/15, „Orzecznictwo Sądów Polskich” 2021, nr 2, s. 13.

<sup>25</sup> M. Trempała, *Odpowiedzialność za wprowadzenie...*, s. 123–124.

<sup>26</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektywy Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. Urz. UE L 304 z 22.11.2011 r.), s. 18.

<sup>27</sup> Pkt 73 preambuły do rozporządzenia 2018/848 i art. 30 rozporządzenia 2018/848. Terminy odnoszące się do produkcji ekologicznej zostały wymienione w załączniku IV do niniejszego rozporządzenia.

W celu zapewnienia rzetelnej i jasnej informacji dla konsumentów rozporządzenie 2018/848 wprowadza obowiązek umieszczania logo produkcji ekologicznej Unii Europejskiej na wszystkich wytworzonych i opakowanych w Unii ekologicznych produktach żywnościowych. Jednocześnie ustawodawca dąży do uniemożliwienia dobrowolnego umieszczania tego logo w przypadku niezapakowanych produktów ekologicznych wytworzonych w Unii oraz wszelkich produktów ekologicznych przywiezionych z państw trzecich, jak również do celów informacyjnych i edukacyjnych<sup>28</sup>. Oznaczenie produktu unijnym logiem powinno dawać gwarancję, że produkt ten jest zgodny z warunkami produkcji ekologicznej, tj. jest produktem ekologicznym.

Logo produkcji ekologicznej Unii Europejskiej zostało uregulowane w art. 33 rozporządzenia 2018/848, a jego wzór jest określony w załączniku V do tego rozporządzenia<sup>29</sup>. Wizualnie logo produkcji ekologicznej Unii Europejskiej składa się z zestawienia dwóch symboli, tj. flagi europejskiej i liścia, który symbolizuje naturę i ideę zrównoważonego rozwoju. To wspólne, ujednolicone oznaczenie ma na celu z jednej strony ułatwienie konsumentom rozpoznanie produktów ekologicznych, a z drugiej – wsparcie producentów we wprowadzaniu ich do obrotu na terenie Wspólnoty.

Terminów związanych z produkcją ekologiczną można używać jedynie do znakowania takich produktów, które uzyskały certyfikat produkcji ekologicznej wydawany przez upoważnioną jednostkę certyfikującą, której numer musi być umieszczony obok tego oznaczenia. Obligatoryjne jest również umieszczenie informacji o miejscu produkcji surowców rolnych wchodzących w skład produktu<sup>30</sup>. Obowiązkiem umieszczenia logo produkcji ekologicznej objęte są wszystkie pakowane w Unii produkty spożywcze, produkowane i sprzedawane jako produkty ekologiczne na terenie Wspólnoty. Może być ono także zamieszczone na produktach importowanych, jeżeli produkt jest zgodny z unijnymi przepisami dotyczącymi importu towarów ekologicznych, oraz na produktach ekologicznych, które nie są pakowane, a także na produktach ekologicznych UE wprowadzanych na rynki państw trzecich i materiałach informacyjnych kampanii społecznych poświęconych programowi produkcji ekologicznej, pod warunkiem że logo nie wprowadza

<sup>28</sup> Pkt 73 preambuły do rozporządzenia 2018/848.

<sup>29</sup> Art. 33 rozporządzenia 2018/848.

<sup>30</sup> Art. 32 ust. 1 rozporządzenia 2018/848, tj. „rolnictwo UE”, gdy surowiec rolny wyprodukowano w Unii, „rolnictwo spoza UE”, gdy surowiec rolny wyprodukowano w państwach trzecich, „rolnictwo UE/spoza UE”, gdy część surowców rolnych wyprodukowano w Unii, a część w państwie trzecim.

w błąd i nie sugeruje, że produkt nieekologiczny spełnia wymogi produktu ekologicznego.

Zakazane jest umieszczanie logo na produktach zawierających mniej niż 95% składników ekologicznych, także w usługach żywienia zbiorowego, jak np. restauracje czy szpitale, oraz na produktach, które nie są objęte regulacjami produkcji ekologicznej, takich jak kosmetyki lub produkty pochodzące z łowiectwa i rybołówstwa. Zakazem objęte są również produkty na etapie „konwersji”, jeżeli metody produkcji ekologicznej zaczęły dopiero być wprowadzane i w glebie lub łańcuchu produkcji zwierzęcej mogą nadal być obecne substancje nieekologiczne<sup>31</sup>.

Trzeba zaznaczyć, że wszystkie warunki zawarte w przepisach unijnych i w krajowych, w tym obowiązek zgłoszenia podjęcia działalności w zakresie rolnictwa ekologicznego, system kontroli czy określone zasady oznakowania żywności ekologicznej, mają na celu ograniczenie ryzyka wprowadzenia w błąd konsumentów. Obowiązek przekazywania konsumentom bardziej szczegółowych informacji na temat ekologicznego charakteru produktów ma zapewnić im lepszą ochroną przed praktykami handlowymi, takimi jak nierzetelny marketing ekologiczny.

Warto także zwrócić uwagę na przepisy dyrektywy 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych<sup>32</sup>. Jej przepisy mają służyć ochronie interesów gospodarczych konsumentów przed takimi praktykami rynkowymi, które mogą wpływać na decyzje dotyczące transakcji podejmowane przez konsumentów względem produktów.

Zakaz stosowania nieuczciwych praktyk handlowych prawodawca unijny precyzuje przez wyliczenie tych praktyk, które należą do najczęstszych nieuczciwych zachowań, a mianowicie praktyk handlowych wprowadzających w błąd i agresywnych. Ich katalog nie ma charakteru zamkniętego i poszczególne sytuacje faktyczne mogą dodawać nowe typy nieuczciwych zachowań podlegających ocenie na podstawie kryterium nieuczciwości praktyki handlowej zawartego w przepisie art. 5 ust. 2 dyrektywy. W ramach kryterium nieuczciwości praktyki handlowej o uznaniu praktyki za nieuczciwą decyduje, po pierwsze, jej sprzeczność z wymogami staranności

<sup>31</sup> [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo\\_pl](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_pl) [dostęp: 29.10.2022].

<sup>32</sup> Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (dalej: dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych) (Dz. Urz. UE L 2005.149.22).

zawodowej, po drugie, istotne zniekształcenie (lub możliwość zniekształcenia) zachowania przeciętnego konsumenta<sup>33</sup>.

Tytułem przykładu można wskazać zasady przekazywania konsumentom informacji na temat żywności. Kierowany do konsumentów przekaz nie może ich wprowadzać w błąd przede wszystkim co do właściwości środka spożywczego, w tym jego charakteru, tożsamości, właściwości, składu, ilości, trwałości, kraju lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji. Niedopuszczalne jest przypisywanie środkowi spożywczemu działania lub właściwości, których on nie posiada, ani sugerowanie, że środek spożywczy ma szczególne właściwości, gdy w rzeczywistości wszystkie podobne środki spożywcze mają takie właściwości. Zakazane są również działania polegające na sugerowaniu za pomocą wyglądu oraz opisu czy prezentacji graficznej, że chodzi o określony środek spożywczy lub składnik, mimo że w rzeczywistości komponent lub składnik naturalnie obecny bądź zwykle stosowany w danym środku spożywczym został zastąpiony innym komponentem lub innym składnikiem<sup>34</sup>. Przekazywane konsumentom informacje na temat żywności muszą być rzetelne, jasne i łatwe do zrozumienia.

Istotne jest, że wskazane warunki mają również zastosowanie do reklamy i prezentacji produktów ekologicznych, w szczególności kształtu, wyglądu lub opakowania, zastosowanych materiałów opakowaniowych, a także sposobu ustawienia oraz otoczenia, w jakim są one pokazywane. Reklama produktów ekologicznych nie może naruszać społecznego zaufania do prawidłowo realizowanych działań podejmowanych w zakresie ochrony środowiska naturalnego ani wykorzystywać braku wiedzy jej odbiorców. Jeżeli reklama zawiera informację ekologiczną, to ta informacja musi być związana z właściwościami reklamowanego produktu i odnosić się do takich jego właściwości, które są aktualne bądź przez cały czas jego użytkowania, bądź okresowo. W sytuacji jedynie okresowego posiadania takich właściwości reklama musi o tym informować odbiorcę.

Reklamy, które zawierają ogólne sformułowanie, takie jak „przyjazny środowisku” czy „bezpieczny ekologicznie”, nie mogą wprowadzać w błąd.

<sup>33</sup> M. Sieradzka, *Komentarz do dyrektywy 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach rynkowych*, w: eadem, *Komentarz do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, Warszawa 2008, art. 5, LEX/el [dostęp: 24.11.2022].

<sup>34</sup> Zob. art. 7 ust. 1 rozporządzenia 1169/2011 w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylecia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. Urz. UE L 2011.304.18 z 22 listopada 2011 r.).

Informacja ze wskazaniem, na czym polega w tym zakresie efekt produktu, musi być dostępna w punkcie sprzedaży lub dołączona do produktu albo będzie udostępniona beneficjentowi w powszechnie dostępny sposób<sup>35</sup>.

Doniosłą rolę w systemie ochrony uczestników rynku przed nierzetelnym marketingiem w zakresie ekologii odgrywa również orzecznictwo sądowe. Nie uznaje ono właściwie żadnych usprawiedliwień dla używania nazw sugerujących ekologiczną produkcję wyrobów<sup>36</sup>. W orzeczeniach niejednokrotnie podkreśla się konieczność prezentowania i znakowania produktów ekologicznych w sposób odpowiadający wymogom określonym w przepisach prawa. Natomiast nieprzestrzeganie ich jest interpretowane jako równoznaczne z wprowadzeniem potencjalnego konsumenta w błąd co do cech jakościowych produktów. Tym samym również sądy wspierają system działań, których celem jest doprowadzenie do tego, że konsument będzie nabywać produkty zgodnie z własnymi oczekiwaniami, świadomie wybierając artykuły o pożądanym przez niego cechach jakościowych<sup>37</sup>.

**4.** Niewątpliwie rosnące zapotrzebowanie na produkty ekologiczne, a także konieczność uszczegółowienia warunków produkcji ekologicznej, wymagało zmiany unijnego rozporządzenia z 2007 r., a w konsekwencji także polskiej ustawy z 2009 r. Doprecyzowanie w nowych aktach prawnych procedur dotyczących podjęcia produkcji ekologicznej, a także funkcjonowania systemu kontroli i certyfikacji powinno w większym stopniu zapewniać konsumentom należytą jakość produktów ekologicznych, przy jednoczesnym dbaniu o słusne interesy uczciwych producentów. Temu celowi służy również ujednoczenie znakowania produktów ekologicznych i wprowadzony obowiązek informacji dotyczący ich pochodzenia.

Przepisy regulujące rolnictwo ekologiczne obejmują cały łańcuch żywnościowy, tj. od wytworzenia, przechowywania, pakowania, znakowania, zbytu, transportu, reklamę, aż do wyboru produktu przez odbiorcę finalnego. Taki kompleksowy sposób regulacji sprzyja przeciwdziałaniu nierzetelnym praktykom marketingowym, gdyż jego podstawę stanowi założenie ochrony wszystkich uczestników tego łańcucha. Jak słusznie podniesiono w doktrynie, o ile w systemie prawnym powszechnie przyjmuje się, że wszystko, co

---

<sup>35</sup> Art. 33–39 Kodeksu Etyki Reklamy, <https://radareklamy.pl/kodeks-etyki/> [dostęp: 29.10.2022].

<sup>36</sup> I. Przybojewska, *Greenwashing...*, s. 10.

<sup>37</sup> Wyrok WSA w Warszawie z 3 stycznia 2019 r., sygn. akt VI SA/Wa 1634/18, Lex/el nr 2643488; wyrok NSA z 11 lipca 2017 r., sygn. akt II GSK 2934/15, Lex/el nr 2373660; wyrok NSA z 30 sierpnia 2017 r., sygn. akt II GSK 3354/15, Lex/el nr 2411949.

nie jest prawem zabronione, jest dozwolone, o tyle w przepisach o rolnictwie ekologicznym ustawodawca przyjął, że dozwolone jest tylko to, co pozostaje w zgodzie z warunkami produkcji ekologicznej<sup>38</sup>.

W doprecyzowaniu i rozbudowie sankcji za nieprzestrzeganie przepisów dotyczących rolnictwa ekologicznego można również widzieć wzmocnienie ochrony konsumentów przed nierzetelnym marketingiem ekologicznym. Za słuszne należy uznać uzależnienie wysokości kary pieniężnej od rozmiaru korzyści majątkowej, którą dany podmiot uzyskał lub mógłby uzyskać za produkty wprowadzone do obrotu niezgodnie z warunkami produkcji ekologicznej. To istotne zwiększenie wysokości kary pieniężnej powoduje, że danemu podmiotowi nie będzie się „opłacać” takie działanie. Realizację funkcji prewencyjnej kar finansowych przewidzianych za nieprzestrzeganie warunków produkcji ekologicznej będzie można prawidłowo ocenić dopiero na podstawie ich zastosowania w konkretnym stanie faktycznym. Dotychczas stosowane kary pozostawały w dolnej granicy podstawy ich wymiaru, a ich dolegliwość była niewielka.

## BIBLIOGRAFIA

- Buławcz B. (2020), *Znaki towarowe w marketingu ekologicznym*, „Kwartalnik Urzędu Patentowego RP” nr 2(45).
- Chmielewska M. (2018), *Żywność pochodząca z produkcji ekologicznej. Obowiązki producenta*, „Biuletyn Euro Info” 2018, nr 2(179).
- Fert B. (2015), *Nierzetelny marketing ekologiczny (greenwashing) – opis zjawiska i próba jego kwalifikacji prawnej*, „Przegląd Prawa Ochrony Środowiska” nr 2.
- Groszyk J. (2022), *Rolnictwo ekologiczne w Polsce w kontekście strategii unijnych*, „Infos” nr 4(296).
- Grzybowska-Brzezińska M. (2013), *Wpływ instrumentów marketingu ekologicznego na zachowania konsumentów na rynku produktów spożywczych*, „Marketing i Zarządzanie” nr 30.
- Kotler Ph. (1994), *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Warszawa.
- Leśkiewicz K. (2010), *Sankcje w rolnictwie ekologicznym*, „Przegląd Prawa Rolnego” 2010, nr 1.
- Leśkiewicz K. (2014), *Nowe spojrzenie na rolnictwo ekologiczne – aspekty prawne*, „Przegląd Prawa Rolnego” nr 2.
- Łuczka W. (2016), *Stan badań nad rolnictwem ekologicznym w Polsce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” nr 453.
- Łuczka-Bakuła W. (2007), *Rynek żywności ekologicznej*, Warszawa.
- Nestoruk I. (2011), *Greenwashing, czyli nierzetelny marketing ekologiczny w prawie amerykańskim*, „Radca Prawny” nr 7–8.

<sup>38</sup> B. Szońska, K. Sambor, M. Gajewska, T. Stachowicz, M. Krysztoforski, A. Litwinow, D. Pomykała, I. Gradka, *Gospodarowanie ekologiczne...*, s. 38

- Niewiadomski A. (2017), *Prośrodowiskowe determinanty polskiej i europejskiej polityki rolnej*, „Studia Iuridica Lublinensia” t. XXVI, nr 1.
- Prutis S. (2013), *Regulacje prawne produkcji ekologicznej w rolnictwie polskim*, „Studia Iuridica Agraria” nr 11.
- Przybojewska I. (2022), *Greenwashing w kontekście unormowań prawnych*, „Prawne Problemy Górnictwa i Ochrony Środowiska” nr 1.
- Rudawska E. (2013), *Marketing zrównoważony – nowe oblicze kapitalizmu?* „Ekonomia” nr 3.
- Sazońska B., Sambor K., Gajewska M., Stachowicz T., Krysztoforski M., Litwinow A., Pomykała D., Gradka I. (2021), *Gospodarowanie ekologiczne – co każdy rolnik wiedzieć powinien? Materiały szkoleniowe dla rolników posiadających certyfikowane gospodarstwa ekologiczne*, Radom.
- Sieradzka M. (2008), *Komentarz do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, Warszawa, LEX/el.
- Trempała M. (2013), *Odpowiedzialność za wprowadzenie konsumentów w błąd poprzez sugerowanie szczególnych właściwości żywności*, „Przegląd Prawa Rolnego” nr 2.
- Wolska M. (2021), *Znakowanie produktów rolnych za pomocą określenia „bio”*. Glosa do wyroku NSA z dnia 11 lipca 2017 r., II GSK 2934/15, „Orzecznictwo Sądów Polskich” nr 2.
- Zaremba-Warnke S. (2009), *Pojęcie marketingu ekologicznego*, w: S. Zaremba-Warnke (red.), *Marketing ekologiczny*, Wrocław.

## UNRELIABLE ORGANIC MARKETING IN THE CONTEXT OF ORGANIC PRODUCTION CONDITIONS

### Summary

The aim of the study was to answer the question whether the new legal regulations intended to protect consumers against unreliable organic marketing (“greenwashing”) are sufficient. In this regard, the conditions of organic production, the principles of certification, the labelling of organic products, the marketing practices and the sanctions for the violation of organic farming responsibilities have been analysed. It has been determined, among other things, that the clarification in the new legislative acts of the procedures needed to be completed in order to take up organic production, as well as the operation of the control and certification system, will certainly ensure to a much higher degree the desired quality of an organic product. This objective will also be achieved owing to the harmonisation of the labelling of organic products and the now mandatory requirement to provide information on the product origin. Furthermore, the sanctions for non-compliance with organic farming regulations, now elaborated and clarified in more detail in the legal provisions adopted, may also be seen as strengthening consumer protection against unreliable organic marketing. The sanction that seems of particular value is the conditioning of the amount of the fine on the extent of the financial benefit that the operator concerned has obtained or could obtain for products marketed contrary to the organic production conditions is another factor.

**Keywords:** organic production, greenwashing, labelling of organic products, organic farming, consumer protection



## MARKETING POCO AFFIDABILE DEI PRODOTTI BIOLOGICI NEL CONTESTO DELLA PRODUZIONE BIOLOGICA

### Riassunto

L'articolo si propone di rispondere alla domanda se le nuove regolazioni giuridiche, di fronte ad un marketing poco affidabile dei prodotti biologici, riescano a tutelare i consumatori in modo sufficiente. Da questo punto di vista l'autrice analizza i requisiti di produzione biologica in materia, le norme di certificazione e l'etichettatura dei prodotti biologici, pratiche di mercato in uso e sanzioni per violazione degli obblighi previsti in materia di agricoltura biologica. Nella parte conclusiva, essa afferma, tra l'altro, che, nella nuova normativa, le procedure di produzione biologica e il funzionamento del sistema di controllo e di certificazione più dettagliati dovrebbero portare a garantire ai consumatori una qualità maggiore dei prodotti biologici. Per raggiungere l'obiettivo servono anche l'unificazione dell'etichettatura, nonché già introdotto l'obbligo di indicarne la provenienza. Una maggiore tutela dei consumatori contro il marketing poco affidabile dei prodotti biologici si nota anche in sanzioni più chiare e sviluppate, previste per chi non rispetta requisiti in materia di agricoltura biologica. Inoltre, si dovrebbe ritenere opportuno far dipendere l'importo delle sanzioni dal vantaggio economico che un determinato soggetto ha ottenuto oppure potrebbe ottenere per i prodotti immessi sul mercato non conformi ai requisiti di produzione biologica.

**Parole chiave:** produzione biologica, greenwashing, etichettatura dei prodotti biologici, agricoltura biologica, tutela dei consumatori