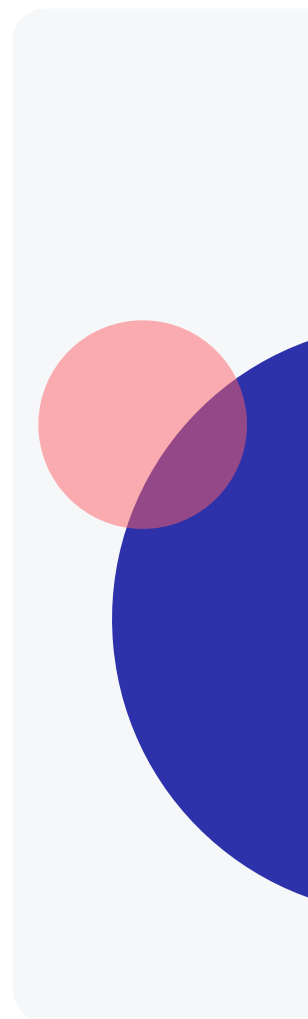




Kan nettbutikken din selge i EU etter 2026?

Sats grønt for grønne tall

Innledning

La oss være ærlige, å drive en nettbutikk handler om salg. Du prøver å gjøre handelen så enkel som mulig for å sikre at kundene ikke forlater handlekurven. Du vil at kundene dine skal like produktene dine, og at de kommer tilbake til nettbutikken din. Til syvende og sist vil du øke konverteringsfrekvensen og tjene penger. Det eneste problemet er at konsumerisme ikke er forenelig med klimakrisen og det presserende behovet for mer miljøvennlige praksiser.

Heldigvis blir forbrukerne mer bevisste på bærekraft og miljø, samtidig som EUs grønne giv omformer næringslivet og politikken mot en grønnere fremtid. Ifølge Nets' e-handelsrapport for 2023 sier 42 % av norske nettkunder at det er viktig at nettbutikker bryr seg om planeten. Det betyr at kunder kan forlate nettbutikken din hvis du ikke viser at du bryr deg om bærekraft. Som nettbutikk-eier betyr dette at du ikke kan ignorere bærekraftinitiativer hvis du ønsker å lykkes.

I denne veiledningen skal vi dykke ned i hvorfor nettbutikk-eiere må være oppmerksomme på de nye forskriftene i EUs grønne giv, og utforske hva forbrukernes økende etterspørsel etter bærekraftig handel betyr for deg hvis du vil fortsette å selge produktene dine i EU.



Forstå EUs grønne giv

EUs grønne giv er et sett med initiativer fra EU-kommisjonen som fungerer som EUs kompass for å nå målene i Parisavtalen. EU er forpliktet til å bli klimanøytral innen 2050, noe som gjør Europa til det første klimanøytrale kontinentet i verden. For å nå dette målet må utslippene reduseres med minst 55 % innen 2030 sammenlignet med utslippsnivåene i 1990. Dette krever en omfattende gjennomgang av eksisterende klimalover og en ny klimalovgivning som oppfyller EUs grønne vekststrategi, for eksempel:

> Økodesignforordningen (ESPR)

En revisjon av økodesignforordningen (ESPR) fører til at den nå også omfatter jern, stål, aluminium, tekstiler (spesielt klær og fottøy), møbler, dekk, vaskemidler, maling, smøremidler og kjemikalier. Det mest merkbare er at ESPR inkluderer et digitalt produktpass (DPP) som sannsynligvis vil dokumentere hele produktets livssyklus. DPP er ment å gjøre det mulig for forbrukere å ta informerte og bærekraftige valg. DPP må implementeres innen 2026 for at merkevarer skal fortsette å selge varene sine i EU, og den nye lovgivningen tilskriver nettbutikkeiere et visst ansvar:

“(...) forslaget innebærer at nettbutikker vil ha ansvar som operatører, særlig for å sikre at informasjonen om produktene er tilgjengelig, og at passet [DPP] inneholder all informasjon som kreves av sekundærlovgivningen.”

Selv om det er for tidlig å si noe om detaljene i hver artikkel, innebærer ESPR et skifte mot å designe produkter for å bli reparert, i stedet for å bli kastet. Forordningen tar også sikte på å innføre et forbud mot å ødelegge usolgte forbruksvarer, spesielt tekstiler og fottøy. Som nettbutikkeier kan du bli holdt ansvarlig for å sikre at det foreligger nødvendig produktinformasjon for alle produktene dine. Dette vil gjøre deg ansvarlig for å samle inn nødvendige data fra leverandørene dine. Det er for tidlig å si nøyaktig hva kravene vil være, men det anbefales på det sterkeste å holde øye med det nye lowverket.

> Förpacknings- och förpackningsavfallsdirektivet (PPWD)

Ett annat exempel på ett direktiv som med största sannolikhet kommer att påverka ditt företag direkt är Förpacknings- och förpackningsavfallsdirektivet (PPWD). Förslaget syftar till att minimera förpackningar genom att implementera återanvändningsmål och begränsa vissa typer av engångsförpackningar samtidigt som man tar hänsyn till hela förpackningens livscykel och säkerställer att alla förpackningar är säkra, hållbara och återvinningsbara. I mars 2024 nådde Europeiska rådet och Europaparlamentets företrädare en provisorisk politisk överenskommelse om PPWD som nu väntar på formellt antagande av de två institutionerna. I det provisoriska avtalet anges att:

“De nya reglerna skulle minska onödiga förpackningar genom att sätta ett maximalt tomrum på 50 % i grupperade, transport- och e-handelsförpackningar, och kräva att tillverkare och importörer säkerställer att vikten och volymen på förpackningarna minimeras (...).”

Det förestående direktivet lyfter fram nödvändigheten för webbshoppar att anpassa sina förpackningsstrategier. Som webbshopsägare behöver du fundera över hur du kan begränsa ditt förpackningssvinn genom att minimera mängden förpackningar du använder, samt välja hållbara material för dina försändelser. Du måste anpassa din förpackning till kraven för att säkerställa efterlevnad och i slutändan bidra till en mer hållbar industri.



Bryr sig den moderna konsumenten ens?

Den moderna konsumenten kommer att lämna din webbshop om din sida tar för lång tid att ladda, de kan hitta samma produkt billigare i en annan webbshop eller om du inte erbjuder lämpliga betalningsalternativ. Som nämndes i början av den här guiden visar Nets E-handelsrapport 2023 att 55 % av svenska onlineshoppare anger att det också är viktigt att nätbutiker bryr sig om planeten, vilket innebär att kunder kan komma att lämna din webbshop om du inte visar att du bryr dig om hållbarhet.

Som webbshopsägare kan du se till att du säljer hållbara produkter, implementerar miljövänliga förpackningar och ger information för att vägleda dina kunder mot mer hållbara val. Det finns ingen anledning till varför du inte skulle göra det. Hållbarhet håller på att bli en avgörande faktor i den krävande konsumentens köpbeslut, vilket innebär att vissa av dem aktivt kommer att lämna din butik om du inte uppfyller deras förväntningar.





Nästa steg för dig som webbshopsägare

Sammanfattningsvis för att svara på frågan: "Kommer du att kunna sälja din produkt inom EU efter 2026?" Det kommer att bero på hur de olika Green Deal-initiativen genomförs. Vid det här laget vet vi att initiativ som förpackningsdirektivet och ekodesigninitiativet med största sannolikhet kommer att påverka din webbshops verksamhet direkt. Det är dock ännu för tidigt att veta exakt hur eller i vilken utsträckning. Var medveten om att viss lagstiftning redan har godkänts och endast väntar på formellt antagande och implementering. Vårt bästa råd till dig som webbshopsägare är därför att vara uppmärksam och hålla dig uppdaterad om den nya lagstiftningen via EU:s officiella webbplatser inklusive:

- > [European Green Deal](#)
- > [Förpackningsavfall](#)
- > [Förordningen om ekodesign för hållbara produkter](#)

Dessutom finns det ingen anledning att vänta tills det införs genom lag när det gäller att implementera hållbara metoder. Istället rekommenderar vi att du:

- > överväger dina inköpsalternativ
- > väljer miljömedvetna leverantörer som ligger i linje med nya regler och konsumentpreferenser
- > granskar ditt förpackningsmaterial och din praxis för att minimera avfall och främja återvinningsbarhet.

Genom att vara proaktiv kan du möta regulatoriska krav och attrahera och behålla miljömedvetna konsumenter, vilket gör den potentiella kostnaden för att genomföra hållbara metoder mer av en investering än en faktisk kostnad för din webbshop.