



EKOSTEGUNA

EKONOMIA ZIRKULARRAREN OSTEGUNA

GREENWASHING-AREN AURKAKO BORROKA

Kontsumitzaileak ahalduntzeko eta ingurumen-alegazio esplizituak egiteko Europako esparru berria

LA LUCHA CONTRA EL GREENWASHING

Nuevo marco europeo de empoderamiento de los consumidores y de alegaciones ambientales explícitas



Índice

01 Situación actual de la información ambiental al consumidor

02 El greenwashing: ¿en qué consiste?

03 Los sistemas de ecoetiquetado actuales: ¿ayudan o confunden?

04 La respuesta de Europa: nueva agenda del consumidor

05 Propuestas legislativas sobre la mesa

Índice

01 Situación actual de la información ambiental al consumidor

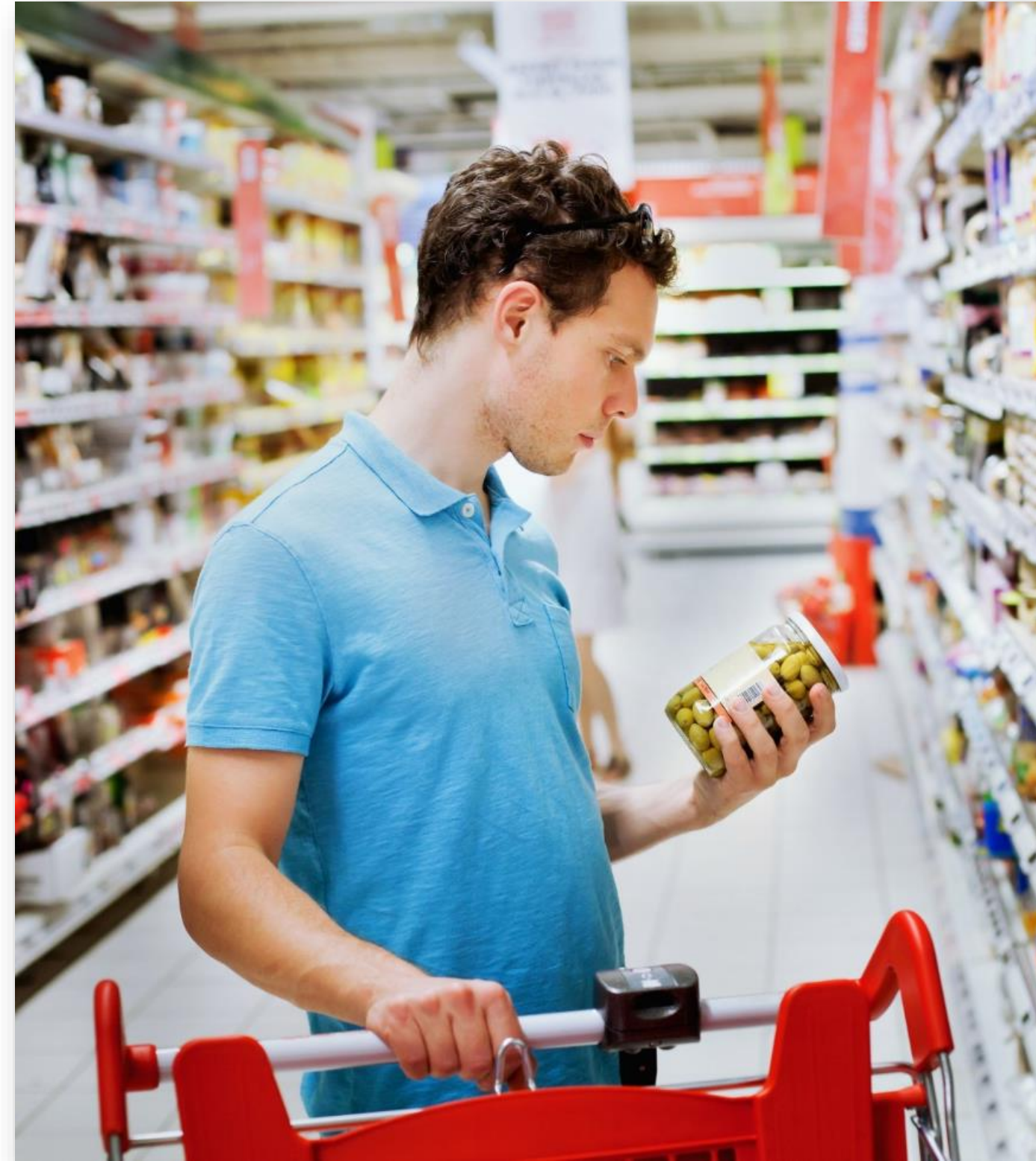
02 El greenwashing: ¿en qué consiste?

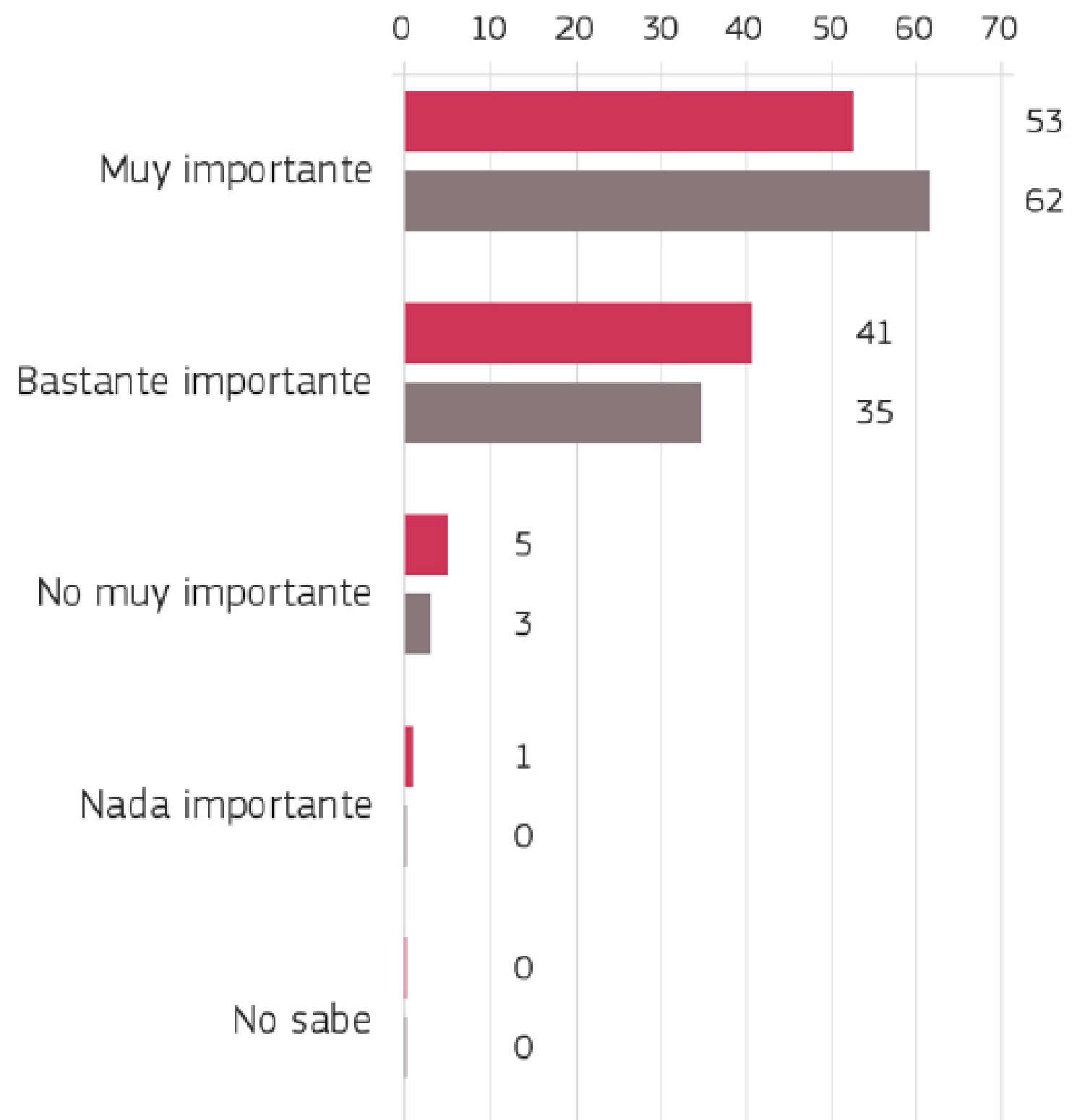
03 Los sistemas de ecoetiquetado actuales: ¿ayudan o confunden?

04 La respuesta de Europa: nueva agenda del consumidor

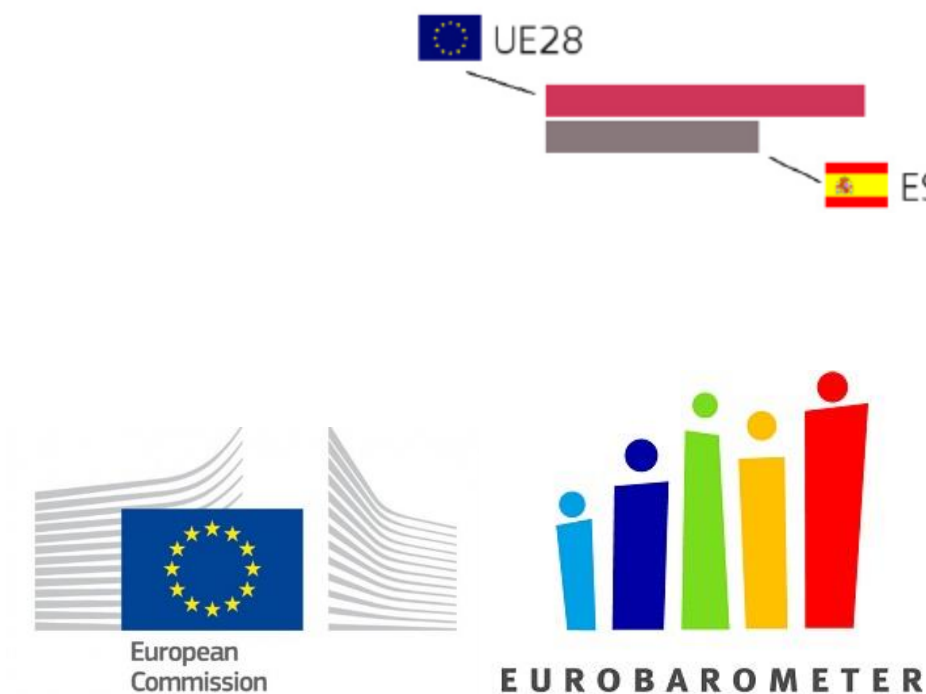
05 Propuestas legislativas sobre la mesa

¿Cuál es la percepción del consumidor europeo en relación al medio ambiente en los productos?



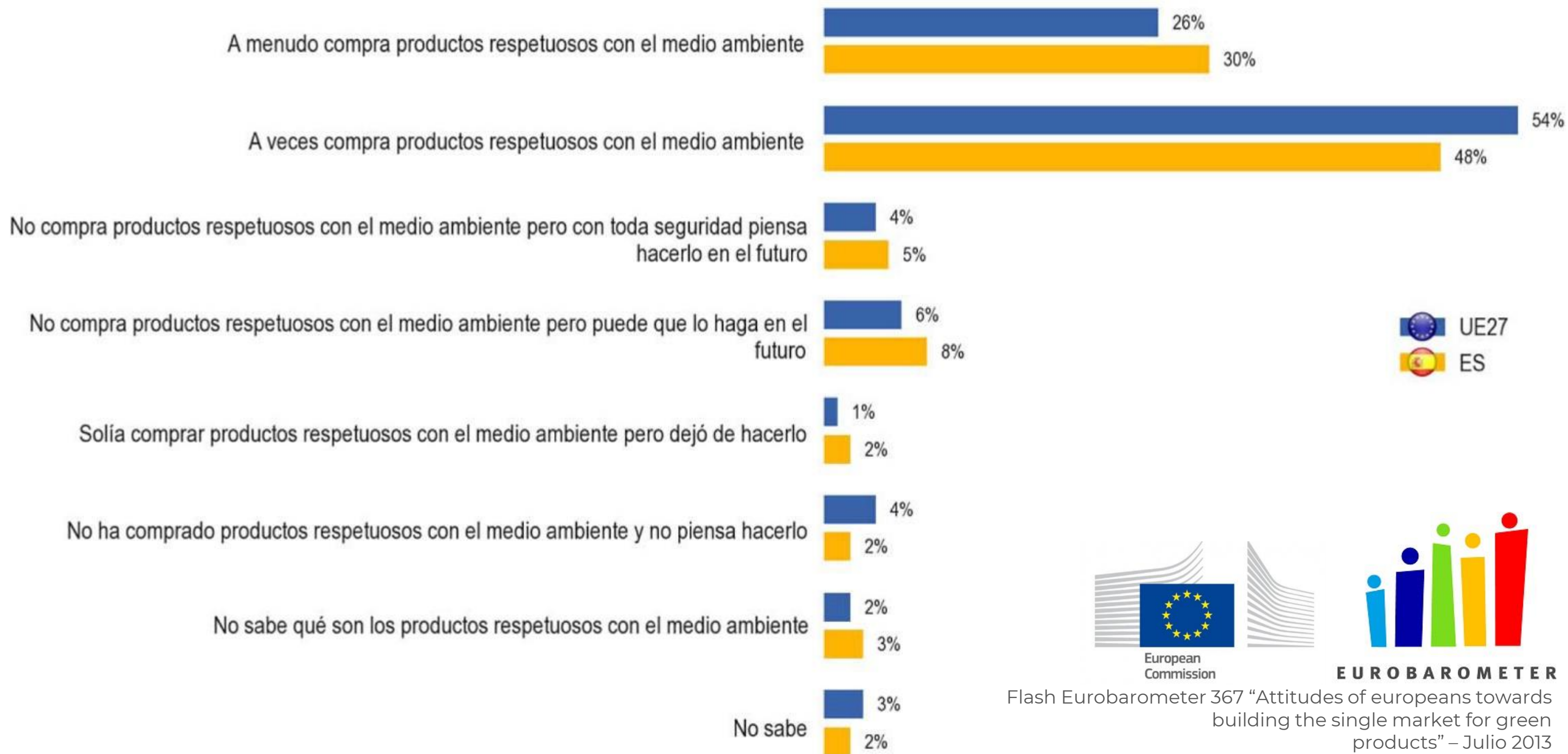


¿Cómo de importante es para usted la protección del medio ambiente?



Flash Eurobarometer 501 "Attitudes of European citizens towards the environment" – Diciembre 2019

De las siguientes afirmaciones sobre productos respetuosos con el medio ambiente, ¿Cuál de ellas describe mejor su comportamiento hacia estos productos?

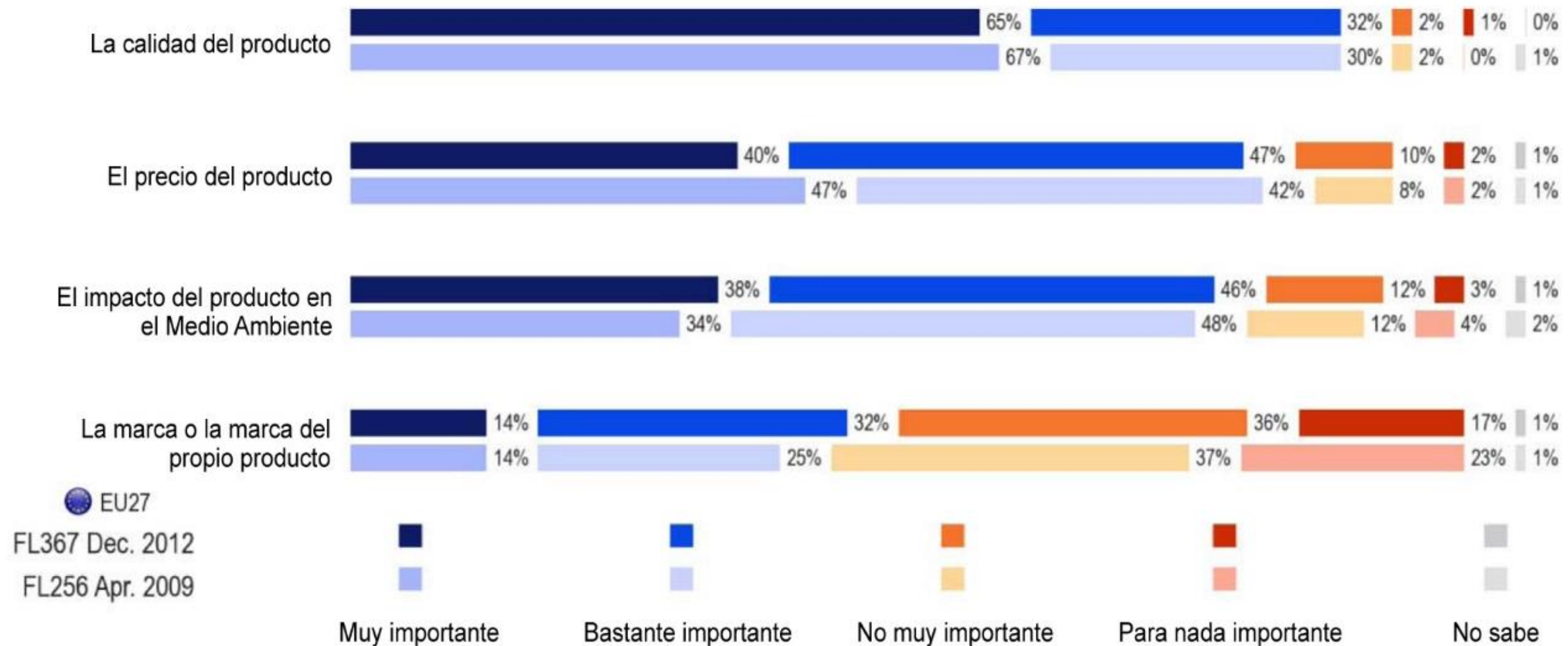


Flash Eurobarometer 367 "Attitudes of europeans towards building the single market for green products" – Julio 2013

Cuando realiza una opción de compra, ¿qué grado de importancia da a los siguientes aspectos?



Flash Eurobarometer 367 "Attitudes of europeans towards building the single market for green products" – Julio 2013



¿Cuándo más estaría dispuesto a pagar, si fuera el caso, por un producto si estuviera seguro de que es medioambientalmente mejor?

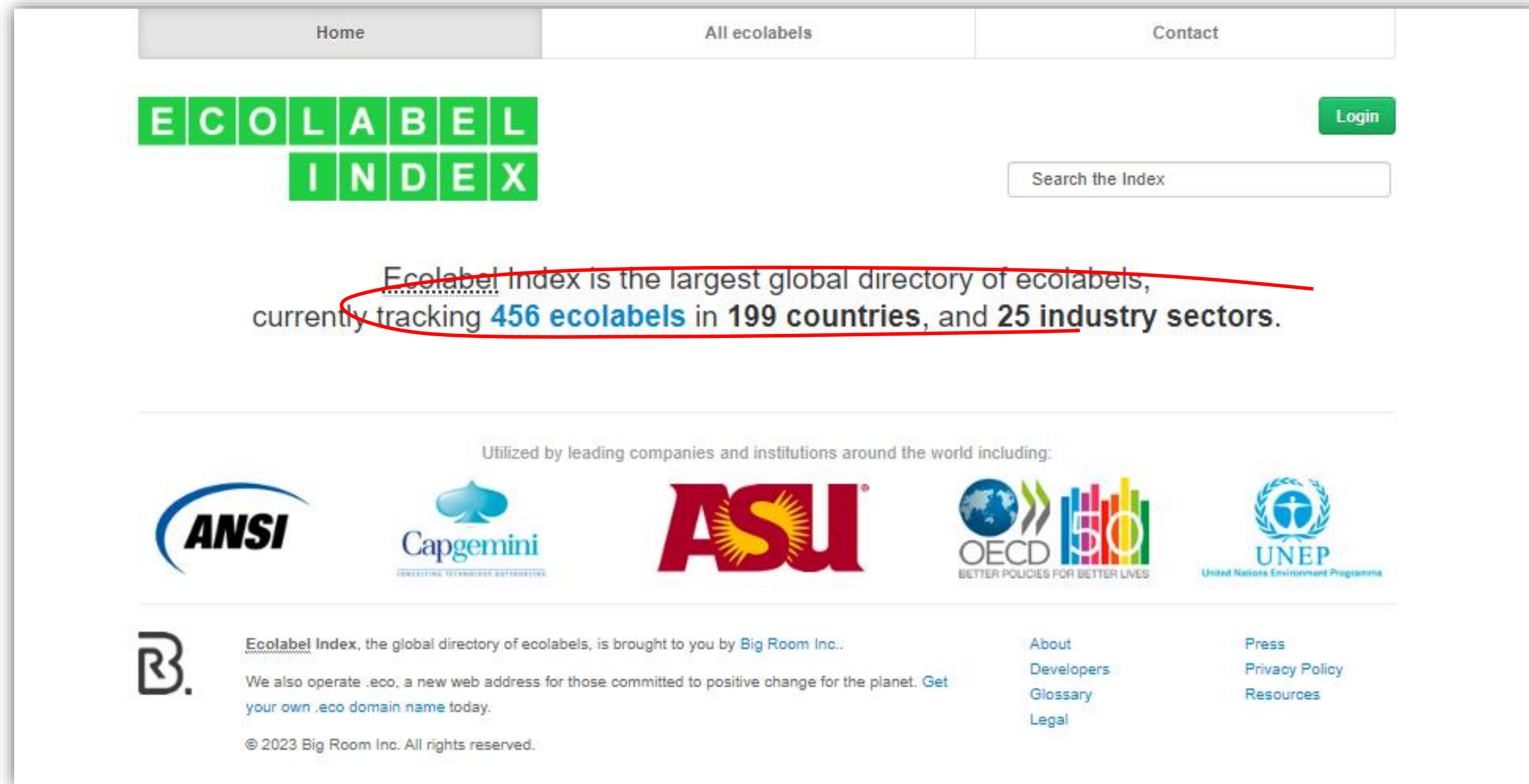


Flash Eurobarometer 367 "Attitudes of Europeans towards building the single market for green products" – Julio 2013

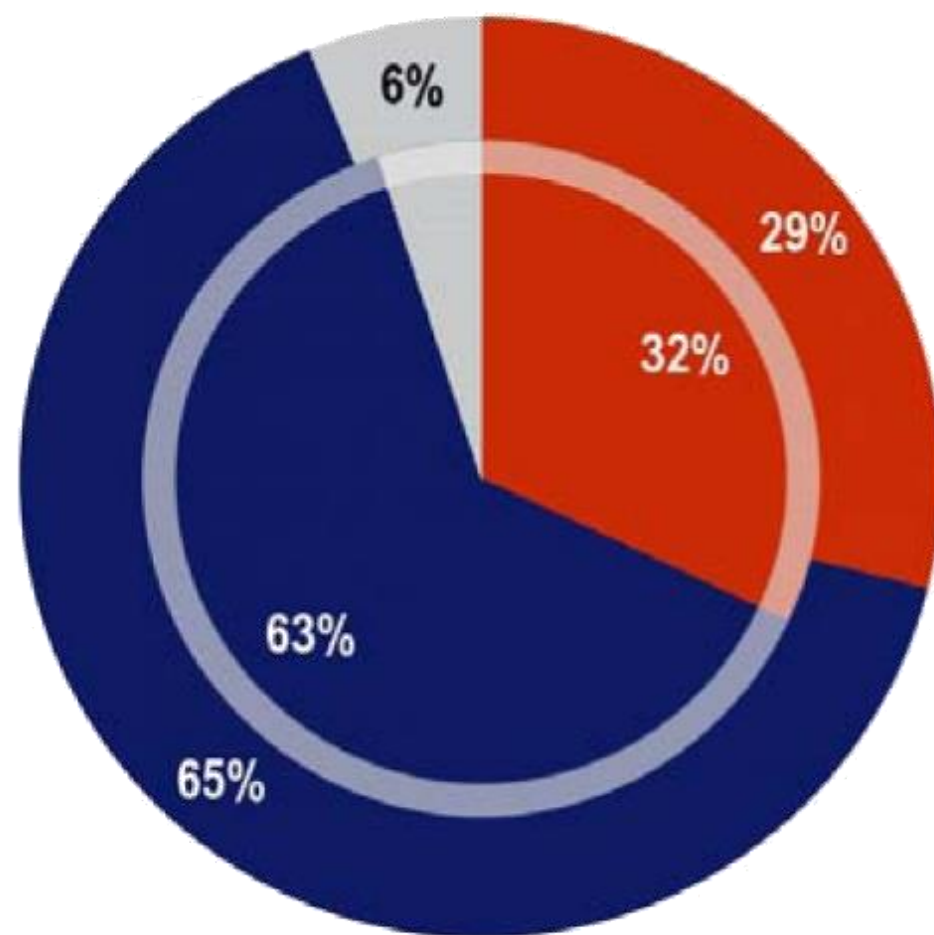


**El Medio Ambiente está
cada día más presente en
la publicidad,... como un
nuevo factor de
posicionamiento y venta de
los productos.**

Nos encontramos con un mercado de instrumentos un tanto complejo.



Actualizado a 12/06/2024



● Sí ● No ● No sabe

Inner pie : FL332 Sept. 2011

Outer pie : FL367 Dec. 2012

¿Se ha encontrado información que considera exagerada o engañosa en relación a los beneficios ambientales de un producto en los últimos doce meses?



European Commission

EUROBAROMETER

Flash Eurobarometer 367 "Attitudes of europeans towards building the single market for green products" – Julio 2013

● EU27

Índice

01 Situación actual de la información ambiental al consumidor

02 El greenwashing: ¿en qué consiste?

03 Los sistemas de ecoetiquetado actuales: ¿ayudan o confunden?

04 La respuesta de Europa: nueva agenda del consumidor

05 Propuestas legislativas sobre la mesa



**USO DE FALSAS
ECOETIQUETAS**



INFORMACIÓN SIN PRUEBAS



VAGUEDAD EN LAS AFIRMACIONES



**AFIRMACIONES QUE NO APORTAN
NADA**



ARGUMENTOS NO CREÍBLES



MAL USO DE ECOETIQUETAS



**RESALTAR LO QUE NO ES
IMPORTANTE**



Uso de falsas etiquetas:

Hace referencia al uso de ecoetiquetados o símbolos no acordes con las normas ISO, en muchos casos de elaboración propia, que inducen a pensar al consumidor que el producto dispone de algún tipo de reconocimiento externo validado.

100%
RECYCLABLE

REUSE
REDUCE
RECYCLE

100%
COMPOSTABLE



Información sin pruebas:

Cuando una empresa realiza afirmaciones que no vienen demostradas ni verificadas. Esto puede ocurrir cuando por ejemplo un producto afirma ser biodegradable o 100% reciclable porque los materiales que lo componen lo sean, pero sin que se demuestre que el producto en su conjunto lo es.



Vaguedad en las afirmaciones:

Afirmaciones, que pudiendo parecer merecedoras de algún mérito, en realidad no aportan ninguna información por ser totalmente vagas.



Afirmaciones que **NO** aportan nada:

Usar como reclamo ambiental aspectos que son obligatorios. Así ocurre con el no uso de determinadas fórmulas/ componentes, la prohibición de ciertas sustancias,... Son afirmaciones "ciertas" pero que no aporta nada en cuanto a información ambiental ya que no le diferencia del resto de productos.



Mal uso de etiquetas ambientales:

Utilizar sistemas de ecoetiquetado oficiales y reconocidos, pero hacer una lectura no correcta de ellos, trasladando una mejora ambiental total, y ocultando información ambiental relevante.



Resaltar lo que NO es importante:

Una afirmación que puede ser veraz, pero que pretende distraer al consumidor del impacto medioambiental real de un tipo de producto ya que no es significativa ni relevante en relación a los aspectos ambientales de la totalidad de su ciclo de vida.



Uso de argumentos NO creíbles:

Existen empresas que, aunque quieran mostrarse como una empresa verde y respetuosa con el medio ambiente, simplemente los argumentos no son creíbles. Es el caso de afirmaciones relacionadas con la neutralidad climática sin explicar los valores calculados y compensados.

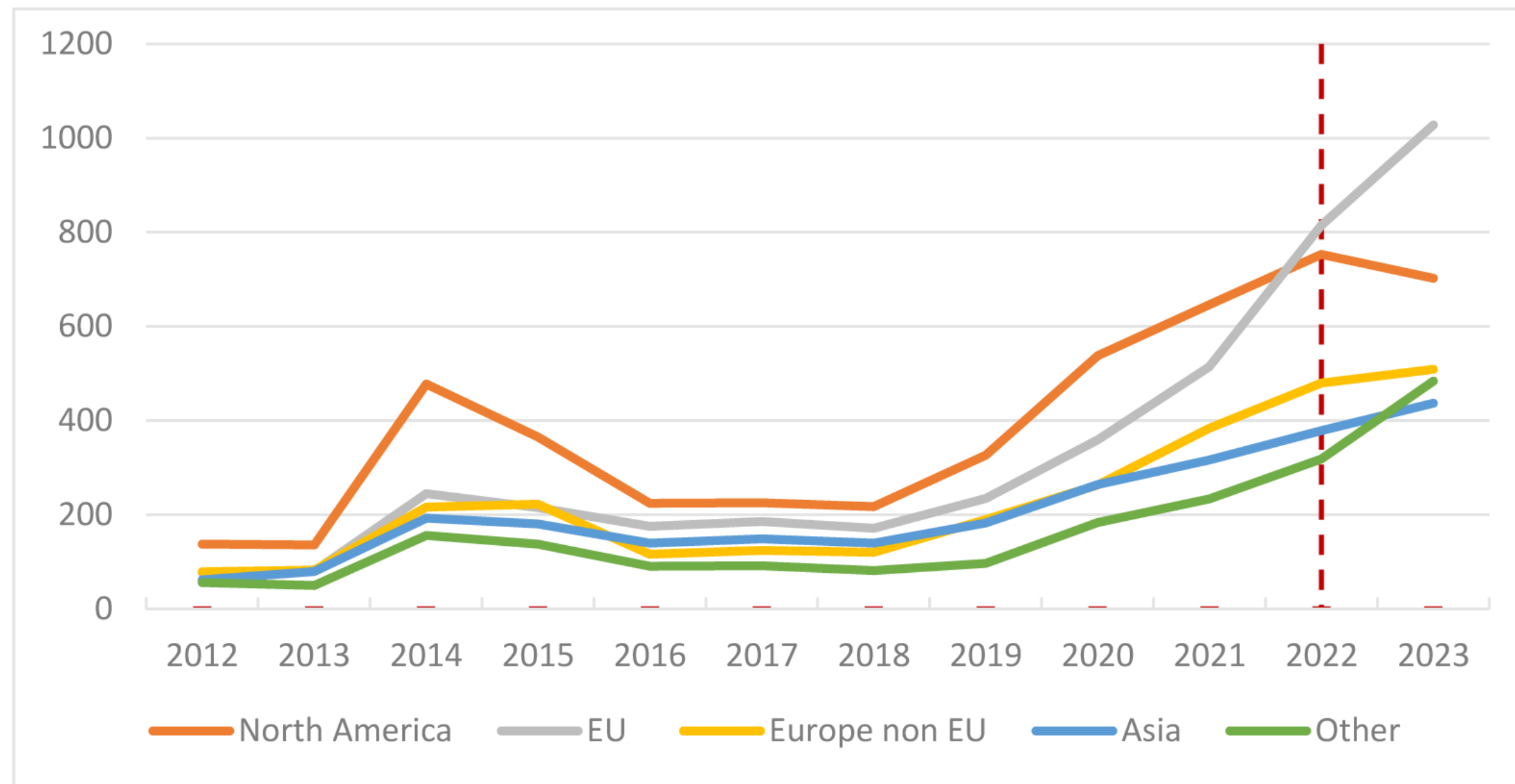
**El Medio Ambiente,
puede y debe ser un
factor de competitividad
y diferenciación en el
mercado,... pero con
información veraz y
contrastada.**





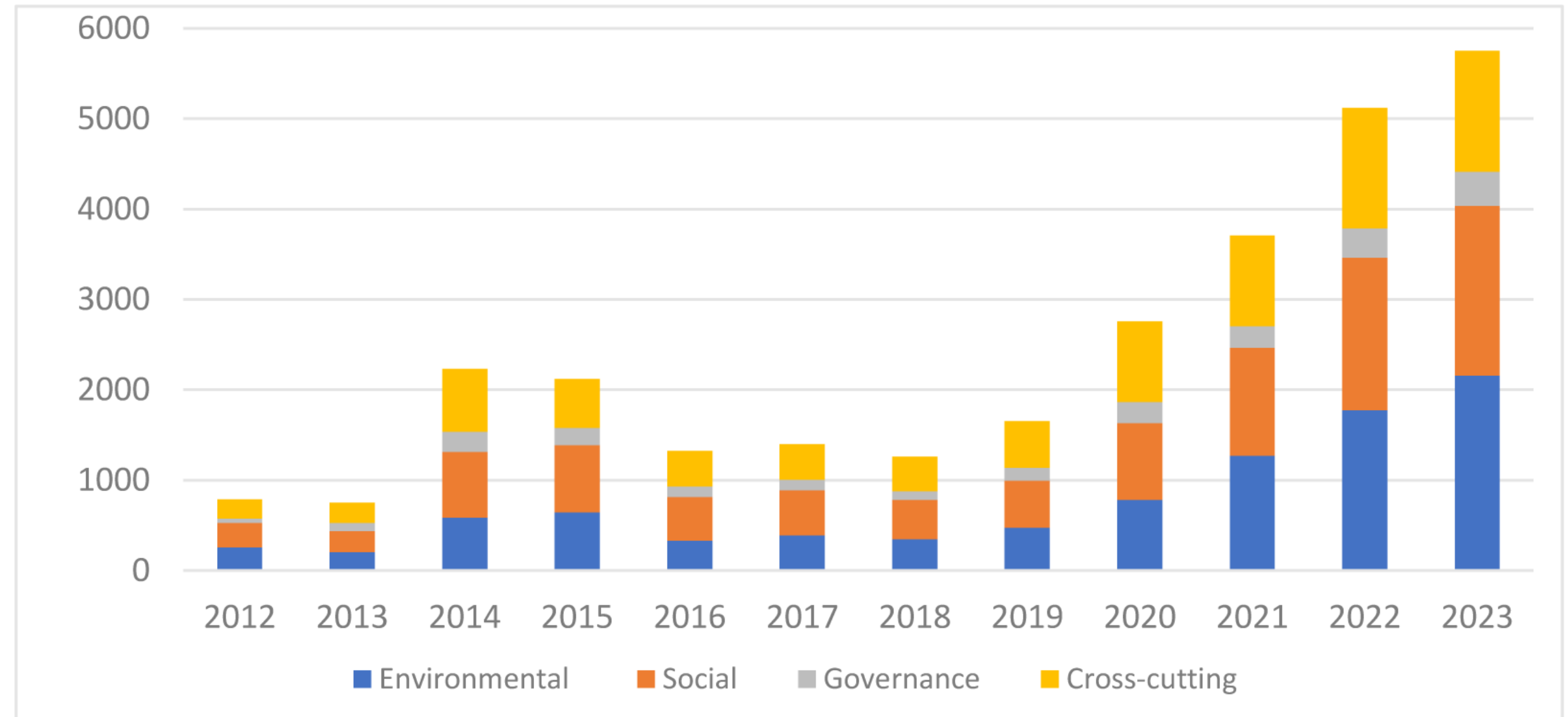
El greenwashing no ha parado de crecer en Europa y en el mundo los últimos años, con un valor máximo en 2023.

Total alleged incidents of misleading communication on ESG related topics by geographic location (2012-2023)



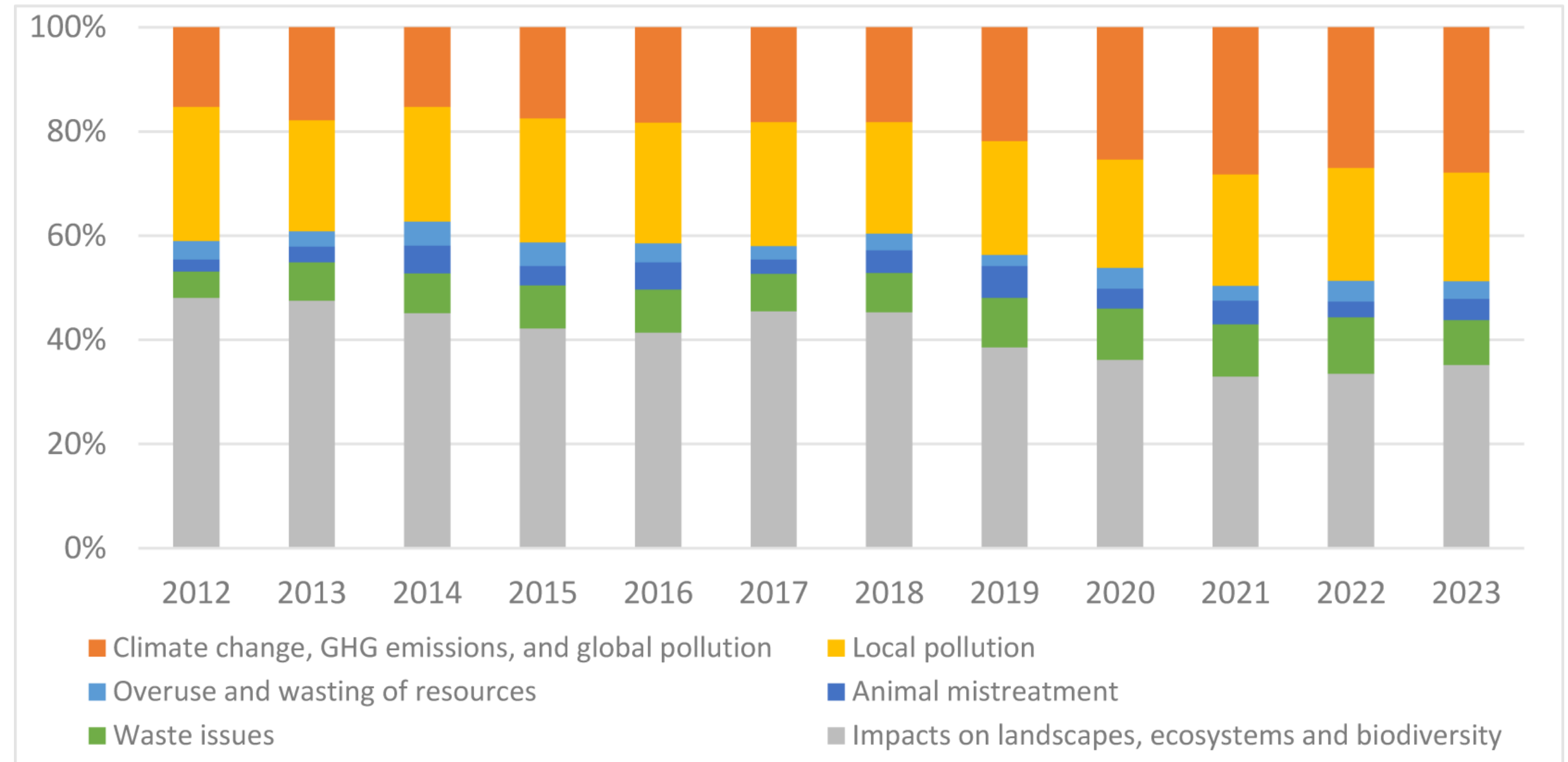
Fuente: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com

Total alleged incidents of misleading communication on ESG related topics (2012-2023)



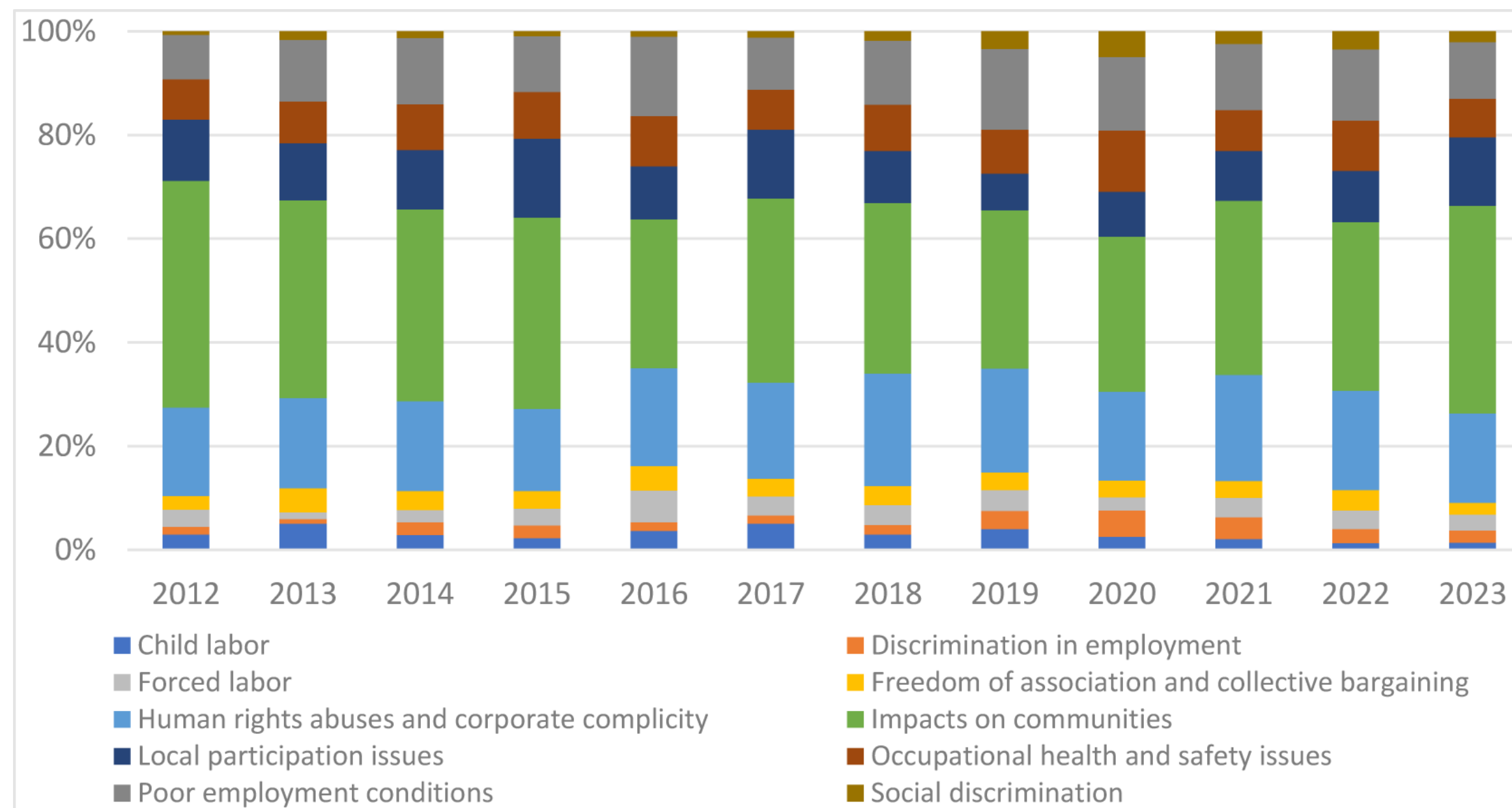
Fuente: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com

Type of ENVIRONMENTAL topics involved in alleged incidents of greenwashing (2012-2023)



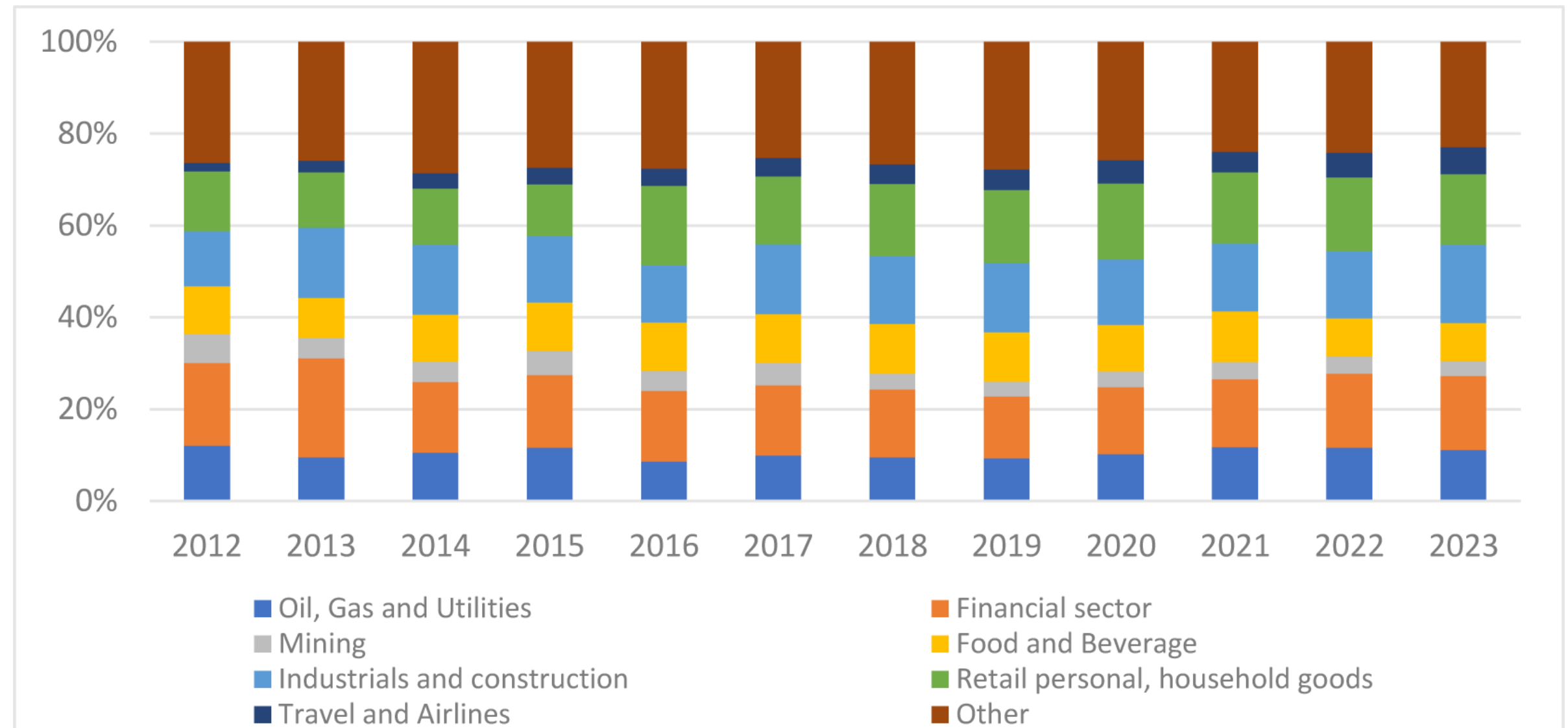
Fuente: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com

Type of SOCIAL topics involved in alleged incidents of greenwashing (2012-2023)



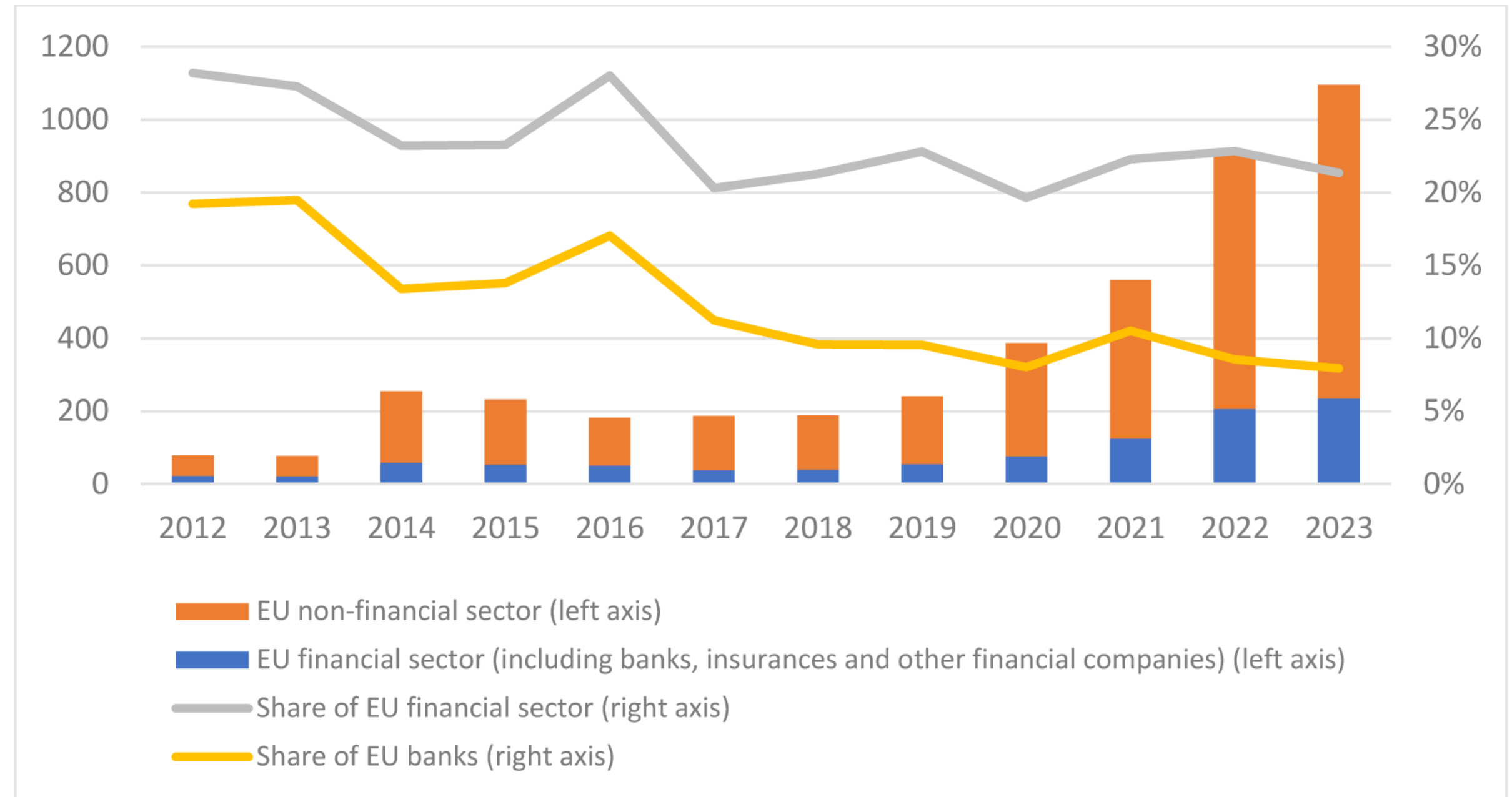
Fuente: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com

SECTORS involved in alleged greenwashing incidents (2012-2023)



Fuente: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com

Number of alleged greenwashing incidents in the eu **FINANCIAL AND BANKING SECTOR (2012-2023)**



Fuente: RepRisk ESG Data Science, www.reprisk.com



La lucha contra el greenwashing se ha convertido en una de las prioridades de la Comisión Europea.

**Tan malo como
la información
ambiental
exagerada
puede ser la
falta de
información
ambiental.**



Índice

01 Situación actual de la información ambiental al consumidor

02 El greenwashing: ¿en qué consiste?

03 Los sistemas de ecoetiquetado actuales: ¿ayudan o confunden?

04 La respuesta de Europa: nueva agenda del consumidor

05 Propuestas legislativas sobre la mesa

Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:

➤ Declaración ambiental:

cualquier **mensaje o representación, que no sea obligatoria** en virtud del Derecho de la Unión o del Derecho nacional, incluidos los textos, imágenes, gráficos o representaciones simbólicas, en cualquier forma, incluidas etiquetas, marcas, nombres de empresas o nombres de productos, en el contexto de una comunicación comercial, que afirme o implique que un producto o comerciante tiene un **impacto positivo o nulo en el medio ambiente o es menos dañino para el medio ambiente** que otros productos o comerciantes, respectivamente, o ha mejorado su impacto en el tiempo.



Las emisiones de CO₂ se han reducido a la mitad

Embalaje fabricado con un 30% de plástico reciclado



Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:

➤ Declaración ambiental:

Las afirmaciones ambientales pueden clasificarse en:

Declaraciones ambientales
EXPLÍCITAS

Declaración ambiental que está en **forma textual** o contenida en una **etiqueta ambiental**.

Declaraciones ambientales
IMPLÍCITAS

Declaración ambiental trasladada de forma indirecta, a través de un **reclamo visual** como podría ser una **imagen o ciertos colores**.

Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:



Declaraciones ambientales
EXPLÍCITAS



Declaraciones ambientales
IMPLÍCITAS

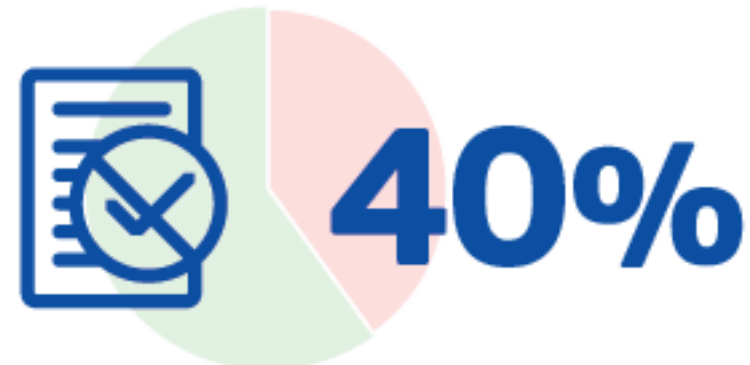
Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:

► Declaración ambiental:

Un estudio encargado por la Comisión en 2020, tras analizar 150 declaraciones ambientales, encontró que:



de las declaraciones ambientales en productos y servicios brindan información **vaga, engañosa o infundada**



de las declaraciones **NO** tienen pruebas que las respalden



La confianza del consumidor en las declaraciones ambientales es **extremadamente baja**

Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:

➤ **Etiquetado ambiental:**

Son un subconjunto de declaraciones ambientales. Las etiquetas tienen la forma de una **marca de confianza, una marca de calidad o un equivalente** que distingue y promueve un producto/proceso o negocio con referencia a sus aspectos ambientales.

Estas etiquetas a veces se basan en **esquemas de certificación** (esquemas de etiquetado ambiental) que certifican que un producto/proceso o negocio cumple con los requisitos establecidos por el esquema y supervisan el cumplimiento.



Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:

➤ **Etiquetado ambiental:**

En el estudio preparatorio de la presente directiva se constató que:

La mitad de todas las etiquetas ecológicas en la UE **carecen de verificación** o su mecanismo es demasiado débil



230 

Actualmente se utilizan en Europa unas **230 etiquetas de sostenibilidad** en la UE, con niveles de transparencia muy diferentes



Índice

01 Situación actual de la información ambiental al consumidor

02 El greenwashing: ¿en qué consiste?

03 Los sistemas de ecoetiquetado actuales: ¿ayudan o confunden?

04 La respuesta de Europa: nueva agenda del consumidor

05 Propuestas legislativas sobre la mesa



En el Pacto Verde Europeo, la Comisión se ha comprometido a garantizar que los consumidores están capacitados para tomar decisiones mejor informadas y desempeñar un papel activo en la transición ecológica.

Making sustainable products the norm in a more resilient Single Market:



Comisión Europea

NUEVA AGENDA DEL CONSUMIDOR
MEDIDAS EN 2020-2025 PARA PROTEGER A LOS
CONSUMIDORES EUROPEOS

Ficha informativa de noviembre de 2020



1. TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Empoderamiento de los consumidores para que desempeñen un papel activo

Los consumidores están dispuestos a pagar más por productos más duraderos. Cuando los consumidores reciben una mejor información sobre la durabilidad de los productos, las ventas de las versiones más duraderas de los productos pueden casi triplicarse.



Mejor información a los consumidores sobre las características de sostenibilidad medioambiental de los productos, tales como su durabilidad o reparabilidad.



Protección de los consumidores frente a determinadas prácticas, tales como el blanqueo ecológico o la obsolescencia temprana, y garantía de su acceso a información fidedigna.



Fomento de los compromisos de las empresas con acciones de consumo sostenible, más allá de las obligaciones legales.



Reparación de productos y fomento de la compra de productos más sostenibles y circulares → Revisión de la [Directiva sobre la compraventa de bienes](#) después de 2022.

Índice

01 Situación actual de la información ambiental al consumidor

02 El greenwashing: ¿en qué consiste?

03 Los sistemas de ecoetiquetado actuales: ¿ayudan o confunden?

04 La respuesta de Europa: nueva agenda del consumidor

05 Propuestas legislativas sobre la mesa

Empowering Consumers for the Green Transition

30 March 2022

#EUGreenDeal



* DIRECTIVE (EU) 2024/825 of 28 February 2024 as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information



European
Commission

Directiva (UE) 2024/825 sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica:

➤ **Objetivos de la directiva:**

Proteger a los consumidores frente a las prácticas comerciales desleales que impiden las compras sostenibles, tales como:

- las prácticas de **blanqueo ecológico** (es decir, las alegaciones medioambientales engañosas),
- las prácticas de **obsolescencia temprana** (es decir, los fallos prematuros de los bienes), y
- el uso de **etiquetas de sostenibilidad** y herramientas de información **poco fiables y poco transparentes**.

Se materializa en la introducción de modificaciones en las **directivas 2005/29/CE** relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores y en la **directiva 2011/83/UE** sobre los derechos de los consumidores.



Directiva (UE) 2024/825 sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica:

➤ En relación al blanqueo ecológico:

- La prohibición de las **alegaciones medioambientales genéricas**, cuando no pueda demostrarse de conformidad con la etiqueta ecológica europea, los sistemas de etiquetado ecológico reconocidos oficialmente en los Estados miembros u otra legislación de la Unión aplicable.
- La prohibición de hacer una alegación medioambiental sobre **todo el producto, cuando en realidad solo se refiera a un determinado aspecto de él.**
- La prohibición de presentar **requisitos impuestos por la legislación como una característica distintiva** de la oferta del comerciante.
- Afirmar, basándose en la **compensación de emisiones de gases de efecto invernadero (GEIs)**, que un producto tiene **un impacto neutro, reducido o positivo** en el medio ambiente en términos de emisiones.



Directiva (UE) 2024/825 sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica:

➤ Términos definidos como alegaciones genéricas:

- Inocuo para el medio ambiente, respetuoso con el medio ambiente, **eco**, **verde**, **amigo de la naturaleza**, **ecológico**, correcto desde el punto de vista medioambiental, delicado con el medio ambiente, **biodegradable**, de origen biológico o similares.
- **Respetuoso con el clima**, inocuo en términos de carbono, neutro en términos de carbono, **positivo en términos de carbono**, climáticamente neutro, eficiente desde el punto de vista energético.



Directiva (UE) 2024/825 sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica:

➤ En relación a la obsolescencia temprana:

- Facilitar información sobre la existencia o ausencia de **garantía comercial** (en el caso de bienes que consumen energía) así como la durabilidad del productor para todos los tipos de bienes.
- Facilitar información sobre la disponibilidad de **actualizaciones gratuitas de los programas informáticos** tanto para bienes con elementos digitales como contenidos y servicios digitales.
- Facilitar información sobre la **reparabilidad** de los productos.
- La prohibición de determinadas prácticas relacionadas con la **obsolescencia temprana** de los bienes.



Directiva (UE) 2024/825 sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica:

➤ En relación a las etiquetas de sostenibilidad:

- La prohibición de exhibir una **etiqueta de sostenibilidad que no se base en un sistema de certificación** o no esté establecida por las autoridades públicas.
- Garantizar que un comerciante solo pueda **comparar productos**, incluso a través de una herramienta de información sobre la sostenibilidad, si facilita información sobre el método de comparación, los productos y proveedores cubiertos y las medidas para mantener la información actualizada.
- Garantizar que **los comerciantes no induzcan a error a los consumidores** sobre las repercusiones medioambientales y sociales.





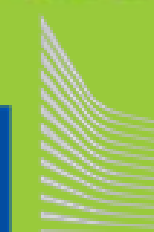
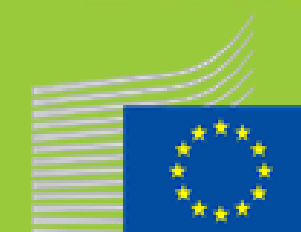
Esta directiva se publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea el 6 de marzo de 2024 y entró en vigor el 26 de marzo de 2024. La Directiva fija el 27 de marzo de 2026 como fecha límite de trasposición y el 27 de septiembre de 2026 como fecha en la que los Estados miembros deben aplicar las nuevas normas.

Green Claims Directive Proposal:

common criteria against
greenwashing and misleading
environmental claims

22 March 2023

#EUGreenDeal



European
Commission



© Getty Images

Propuesta de Directiva sobre alegaciones ambientales explícitas (“Green claims”):

➤ **Objetivos de la nueva propuesta:**

- Asegurar que las alegaciones ambientales son **fiables, comparables y verificables** en toda la UE.
- Proteger a los consumidores del **greenwashing**.
- Empoderar a los consumidores para que puedan tomar **decisiones de compra informadas**, contribuyendo a fomentar la economía circular.
- Sentar unas bases comunes para **medir el desempeño ambiental de los productos**.

➤ **Se centra en las afirmaciones explícitas (art.1):**

- Realizadas de forma **voluntaria** por parte de las empresas hacia los consumidores.
- Que cubren los **impactos ambientales**, los aspectos o el rendimiento de un producto o del propio comerciante.
- Que **no están cubiertos por otras normas** de la UE.



Propuesta de Directiva sobre alegaciones ambientales explícitas (“Green claims”):

➤ Requisitos de las alegaciones ambientales (art.3):

- Las afirmaciones deben estar fundamentadas con **evidencia científica**, identificando los impactos ambientales relevantes y cualquier compensación entre ellos.
- Si los productos u organizaciones se comparan con otros productos y organizaciones, estas **comparaciones** deben ser **justas y basadas en información y datos equivalentes**.
- No se permitirán declaraciones o etiquetas que utilicen una **puntuación agregada** del impacto ambiental general del producto en, por ejemplo, la biodiversidad, el clima, el consumo de agua, el suelo, etc., **a menos que así lo establezcan las normas de la UE**.

Las **micropymes quedan exentas** (menos de 10 empleados y menos de 2 millones € de facturación) a no ser que quieran recibir un certificado de conformidad de declaración ambiental.



Propuesta de Directiva sobre alegaciones ambientales explícitas (“Green claims”):

➤ Requisitos adicionales para las alegaciones ambientales comparativas (art.4):

- el uso de **información equivalente** para la evaluación de impactos ambientales, aspectos o desempeño de productos comparados;
- el uso de **datos generados u obtenidos de manera equivalente** para los productos o comerciantes comparados;
- **la cobertura de las etapas a lo largo de la cadena de valor es equivalente** para los productos y comerciantes comparados, teniendo en cuenta las **etapas más significativas**;
- la **cobertura de impactos ambientales, aspectos o desempeños es equivalente** para los productos y comerciantes comparados, teniendo en cuenta los más significativos;
- **las suposiciones utilizadas** para la comparación se establecen **consistentes** para los productos y comerciantes comparados.
- para **afirmaciones comparativas** sobre la mejora de los impactos (en comparación con una versión anterior), incluya la explicación del impacto de la mejora en otros aspectos e impactos y el **año de referencia**.

Propuesta de Directiva sobre alegaciones ambientales explícitas (“Green claims”):

➤ **Requisitos sobre comunicación de alegaciones amb. (art.5):**

Cuando se comunican, todas las alegaciones:

- solo **cubrirá los impactos, aspectos o desempeño ambientales que se evalúen de acuerdo con los requisitos de justificación establecidos en esta propuesta** y se identifiquen como significativos para el producto o comerciante respectivo;
- cuando sea relevante para la declaración realizada, **deberá incluir información sobre cómo los consumidores pueden usar el producto** adecuadamente para reducir los impactos ambientales;
- deberá ir acompañado de información sobre la **justificación** (incluida información sobre el producto o las actividades del comerciante; aspectos, impactos o desempeño cubiertos por la declaración; **el certificado de conformidad** y las coordenadas del **verificador**).

➤ **Requisitos sobre comunicación de alegaciones comparativas. (art.6)**

Propuesta de Directiva sobre alegaciones ambientales explícitas (“Green claims”):

➤ Claves de los sistemas de ecoetiquetado (art. 7, 8 y 9):

- Los esquemas de etiquetado ambiental deben ser sólidos y confiables, y su **proliferación** debe ser **controlada**. Cumplirán los requisitos anteriores y tendrán una **verificación de conformidad**.
- Se deben fomentar los **esquemas a nivel de la UE**.
- No se permitirán **nuevos esquemas públicos**, a menos que se desarrollen a nivel de la UE.
- Los **nuevos esquemas privados** solo se permiten si pueden mostrar una mayor ambición ambiental que los existentes y obtener una aprobación previa.
- Las etiquetas ambientales deben ser **transparentes, verificadas** por un tercero y **revisadas** regularmente.



Propuesta de Directiva sobre alegaciones ambientales explícitas ("Green claims"):

➤ Verificación ex-ante de la declaración ambiental y esquemas de etiquetado (art.10 y 11):

- El artículo 10 detalla cómo la justificación y comunicación de declaraciones y etiquetas ambientales deberán ser **verificadas y certificadas por terceros** antes de que la declaración se utilice en una comunicación comercial.
- Un organismo oficialmente acreditado (el "**verificador**") llevará a cabo esta verificación ex-ante de las declaraciones presentadas por la empresa que desee utilizarlo.
- Una vez realizada esta verificación, decidirá emitir (o no) un **certificado de conformidad**, reconocido en toda la UE.
- El artículo 11 establece que **el "verificador" debe ser un organismo independiente acreditado oficialmente**, sin conflictos de intereses para garantizar la independencia de juicio y ostentar el más alto grado de integridad profesional.



Propuesta de Directiva sobre alegaciones ambientales explícitas (“Green claims”):

➤ Apoyo a PYMES (art.12)

➤ Cumplimiento de disposiciones (art.13-20):

- El artículo 13 prevé que cada Estado miembro designará **una o más autoridades competentes** apropiadas como responsables de hacer cumplir las disposiciones establecidas en la propuesta.
- El artículo 14 delinea los **poderes de las autoridades competentes** para investigar y hacer cumplir los requisitos.
- El artículo 15 establece que las autoridades competentes también tienen la responsabilidad de **controlar el cumplimiento** de la propuesta sobre el mercado interior.
- El artículo 16 detalla los **mecanismos de atención de denuncias** y los requisitos para el acceso a la justicia.
- El artículo 17 define el **régimen sancionador**, el 18 el ejercicio de la **delegación**., el 19 establece el procedimiento del **Comité** y el 20 los requisitos de **seguimiento**.





Esta propuesta legislativa está aún abierta y generando polémica, por lo que habrá que analizar cómo evoluciona la discusión política hasta su aprobación final.

[◀ Volver a noticias](#)

El Ministerio de Pablo Bustinduy comienza a tramitar una Ley de Consumo Sostenible

- Bibiana Medialdea, Secretaria General de Consumo y Juego, ha anunciado que da comienzo el trámite de la consulta previa para una Ley de Consumo Sostenible que "*será pionera en nuestro país*"



Madrid, 15 de marzo de 2024.- El Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, dirigido por Pablo Bustinduy, ha comenzado la tramitación de una Ley de Consumo Sostenible con la apertura de una consulta pública previa para sacar adelante esta nueva norma. Así lo ha anunciado Bibiana Medialdea, Secretaria General de Consumo y Juego, en un acto celebrado en el Colegio de Arquitectos de Madrid por el Día Mundial de las Personas Consumidoras que se conmemora este viernes. El acto también ha contado con la presencia de Daniel Arribas, Director General de Consumo, y representantes de más de 200 empresas.

[Ver el acto](#)

Durante el evento, Bibiana Medialdea ha manifestado que esta nueva ley es la primera que habrá en nuestro país centrada exclusivamente en fomentar el consumo sostenible, tanto desde el punto de vista de las propias personas consumidoras como desde la producción. La Secretaria General de Consumo también ha expuesto que la nueva norma debe cumplir varios propósitos:

- Luchar firmemente contra el ecoblanqueo o greenwashing, es decir, contra aquellas técnicas de comunicación engañosas o alegaciones medioambientales que no tienen respaldo científico y que son usadas por algunas empresas para publicitar sus marcas como sostenibles cuando en realidad no lo son. El objetivo de la ley en este punto, ha dicho Bibiana Medialdea, es "*proteger a aquellas empresas que sí cumplen con los estándares de sostenibilidad y que sufren la competencia desleal de las que no lo hacen*". Por ello, la norma contemplará que las declaraciones medioambientales que se hagan de productos se analicen caso por caso para impedir la exhibición de distintivos que ofrezcan la impresión de que un producto tiene un impacto positivo en el medio ambiente, o de que no lo tiene negativo.
- Desarrollar un índice de reparabilidad que permita comparar las características de circularidad de productos en su propio etiquetado, ofreciendo transparencia e información para la toma de decisiones



SCAN ME





Un impulso a la credibilidad de los productos más sostenibles y una prohibición de las prácticas comerciales engañosas.

www.ihobe.eus



EKOSTEGUNA

EKONOMIA ZIRKULARRAREN OSTEGUNA

