

El legislador de la UE contra el *greenwashing*.

Patricia Guillén

La degradación del medio ambiente representa una **amenaza existencial** para el planeta y exige la adopción de medidas efectivas a corto plazo. Consciente de ello, la Unión Europea puso en marcha, entre otras medidas, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre los que destacan la producción y consumo responsables (ODS 12) y la acción contra el cambio climático (ODS 13).

Así, retos como desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles, constituyen una prioridad para la Unión Europea.

La tercera encuesta sobre el clima (2020-2021) realizada por el Banco Europeo de Inversiones así lo refleja: los ciudadanos de la Unión Europea presentan un **alto grado de implicación** para la consecución de

los ODS. En consecuencia, en términos generales, están **dispuestos a pagar un precio más alto** por aquellos productos y servicios que tengan características sostenibles o que su producción aporten beneficios ambientales o sociales.

Aprovechándose de forma desviada esa mentalidad protectora del medio ambiente, surge el fenómeno del **blanqueo ecológico**, más conocido por el término en inglés *greenwashing*. Esta práctica comercial engañosa tiene por objetivo crear una **imagen de responsabilidad sostenible** que no tiene su reflejo real en los procesos de producción o en las características del producto o servicio de que se trate.

El *greenwashing* se ha combatido con razonable éxito hasta la fecha a través de la normativa general de competencia desleal y de la protección de los consumidores. En nuestro país, además de los asun-

tos que han llegado a los tribunales, el servicio de CopyAdvice® de AUTOCONTROL y las Resoluciones del Jurado de la Publicidad han contribuido a combatir ese perverso fenómeno en beneficio de una publicidad veraz y leal.

Con el objetivo de actualizar y reforzar la normativa vigente, el pasado 30 de marzo la Comisión Europea presentó la Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo que modifica la Directiva 2005/29/CE sobre las prácticas comerciales desleales y la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores, en lo que respecta al **empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica** mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y una mejor información (disponible en español e inglés).

La Propuesta abarca el *greenwashing*, desde un punto de vista amplio, regulando las **prácticas comerciales desleales que obstaculizan una economía circular, transparente y sostenible** como la obsolescencia temprana, el uso de etiquetas de sostenibilidad y herramientas de información poco fiables y poco transparentes, y las alegaciones medioambientales engañosas.

Para garantizar que los comerciantes no induzcan a error a los consumidores sobre las repercusiones medioambientales y sociales de los productos, la Propuesta recoge las siguientes **prohibiciones** que se incorporan al Anexo I de la Directiva 2005/29/CE (conocido como *black list*):

- **Las declaraciones medioambientales genéricas**, cuando el comportamiento medioambiental del producto no pueda demostrarse de conformidad con el Reglamento (CE) 66/2010 relativo a la etiqueta ecológica de la UE (aquí), con los sistemas de etiquetado ecológico oficialmente reconocidos en los Estados miembros o con otras leyes aplicables.

La Propuesta prevé algunos **ejemplos de alegaciones medioambientales genéricas** como son «eco», «verde», «inocuo para el medio ambiente», «respetuoso con el medio ambiente», «respetuoso con el clima», «delicado con el medio ambiente»,

», «inocuo en términos de carbono», «neutro en términos de carbono», «climáticamente neutro», «eficiente desde el punto de vista energético», «biodegradable», entre otras.

- **Las etiquetas de sostenibilidad que no se basen en un sistema de certificación o no estén establecidas por las autoridades públicas.** No obstante, sigue siendo posible exhibir etiquetas de sostenibilidad sin un sistema de certificación en el caso de las formas adicionales de expresión y presentación de alimentos de conformidad con el artículo 35 del Reglamento UE 1169/2011 (e.g. cuando la información se base en estudios rigurosos y válidos científicamente sobre los consumidores, que no induzcan a engaño al consumidor).

- **Las alegaciones medioambientales sobre todo el producto, cuando en realidad solo se refiera a un determinado aspecto de él.** Este sería el caso, por ejemplo, de un producto que se comercialice como «fabricado con material reciclado», dando la impresión de que todo el producto está hecho de material reciclado, cuando, en realidad, solo el envase se fabrica con material reciclado.

- **Las alegaciones medioambientales relacionada con el comportamiento medioambiental futuro sin compromisos y metas claros, objetivos y verificables mediante un sistema de supervisión independiente.** En particular, la Propuesta se refiere, por ejemplo, a las alegaciones relacionadas con la transición hacia la neutralidad en carbono o la neutralidad climática que deberán establecer fechas determinadas para su cumplimiento.

Aunque a la Propuesta de Directiva todavía le queda un largo camino hasta que sea aprobada y transpuesta en los Estados miembros, constituye una **firme apuesta del legislador de la Unión Europea para la consecución de los ODS** en un mercado con mayor transparencia y seguridad jurídica para todos los operadores.