



# NOVEDADES REGULATORIAS EN MATERIA DE GREENWASHING

MAYO 2024

Análisis de inteligencia



**Miguel Ferre**

Senior Partner de Asuntos Públicos,  
Reputación & Intangibles,  
Research y Sustainability & Economics  
[mferre@kreab.com](mailto:mferre@kreab.com)

**Gemma Bedia**

Associate Director, Asuntos Públicos  
[gbedia@kreab.com](mailto:gbedia@kreab.com)

**Jaime Villaverde**

Executive Associate, Asuntos Públicos  
[jvillaverde@kreab.com](mailto:jvillaverde@kreab.com)

**Javier Ivars**

Associate, Asuntos Públicos  
[jivars@kreab.com](mailto:jivars@kreab.com)

Kreab España  
Calle del Poeta Joan Maragall, 38  
28020 Madrid, España  
[madrid@kreab.com](mailto:madrid@kreab.com)  
[www.kreab.com](http://www.kreab.com)

**Mayo 2024**

**ANÁLISIS**  
Mayo 2024

# **NOVEDADES REGULATORIAS EN MATERIA DE GREENWASHING**

Policy paper

**01**

**INTRODUCCIÓN**

P. 4 - 5

**02**

**SITUACIÓN ACTUAL  
EN ESPAÑA**

P. 6 - 7

**03**

**NOVEDADES REGULATORIAS  
EUROPEAS**

P. 9

**04**

**CONCLUSIONES E  
IMPLICACIONES**

P. 10 - 14

**05**

**PRÓXIMOS PASOS**

P. 10 - 14

# INTRODUCCIÓN

La Unión Europea adoptó en 2020 el Pacto Verde Europeo, un conjunto de iniciativas destinadas a impulsar la descarbonización en la Unión Europea y luchar contra la emergencia que supone el cambio climático. Dichas iniciativas han venido lanzándose durante la legislatura europea que está a punto de finalizar, la cual ha tenido, por tanto, un indudable influjo verde.

Entre las cuestiones en las que el Pacto Verde ponía el foco se encontraba el **empoderamiento de los consumidores** para que estos fuesen capaces de tomar decisiones de consumo más informadas. La Comisión Europea presidida por Ursula Von der Leyden entendía que para que la lucha contra el cambio climático fuese de verdad efectiva había que atender también a la dimensión del consumo.

En concreto, el Pacto Verde se comprometía a hacer frente a la falsa información medioambiental presente en los productos comercializados, para así garantizar que los compradores reciben información a la vez fiable y verificable. En definitiva, la Comisión buscaba acabar con la práctica de dar falsa información medioambiental conocida como "Greenwashing".

Esta necesidad de perseguir el greenwashing y empoderar medioambientalmente al consumidor se ha venido recogiendo en diversos documentos transversales, tales como el nuevo Plan de Acción en Economía

Circular o la Nueva Agenda del Consumidor, pero de forma específica han sido abordados en dos grandes iniciativas legislativas:

- Directiva (UE) 2024/825, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información (APROBADA)
- Propuesta de Directiva sobre la justificación y comunicación de declaraciones medioambientales explícitas (Directiva sobre alegaciones ecológicas).

Estas normas habrán de ser posteriormente transpuestas en el derecho español. La Directiva ya aprobada habrá de transponerse antes del 27 de marzo de 2026, mientras que la de alegaciones medioambientales tendrá previsiblemente un plazo de 18 meses desde su entrada en vigor,

# SITUACIÓN ACTUAL EN ESPAÑA

## SITUACIÓN ACTUAL EN ESPAÑA

En España no existe hoy una regulación sistemática del greenwashing, lo cual no significa que la emisión de información medioambiental errónea esté permitida. Para encontrar la forma en que el ordenamiento jurídico español aborda esta cuestión, cabe acudir, entre otra, a esta normativa:

### a) Ley de Competencia Desleal

Esta norma señala que es desleal cualquier “conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico”. Dicha información puede referirse a **diversas características del bien**, sobre las que cabría **emitir informaciones de tipo medioambiental erróneas**.

Asimismo, la norma también **prohíbe las omisiones engañosas**, que podrían referirse a aspectos con impacto medioambiental.

### b) Ley General de Publicidad

En la Ley General de Publicidad se definen diversas categorías de publicidad que podrían encajar dentro de lo que entendemos por greenwashing. En primer lugar, se encuentra el concepto de **publicidad engañosa**, que es aquella que puede inducir a error al consumidor de cualquier manera, incluyendo la presentación de información falsa. Por otro lado, la **publicidad desleal** sería aquella que induce a confusión con los competidores o lleva a cabo comparativas sin basarse en información objetiva.

Además de esta legislación, existen los códigos de los organismos de autorregulación. Entre ellos, cabe destacar los de **Autocontrol**, quien establece en su código de conducta publicitaria que la información presentada ha de ser veraz. A su vez, cuenta también con uno específico referido a **alegaciones medioambientales**, donde se señala que las alegaciones **no han de ser genéricas, ni inducir a pensar que se refieren al conjunto del producto** si solo lo hacen a una parte.

En definitiva, existe en España normativa y autorregulación que permite ya perseguir muchas actuaciones englobables dentro de lo que a nivel europeo se entiende como greenwashing.





Parlamentum Europaeum

# NOVEDADES REGULATORIAS EUROPEAS

# DIRECTIVA DE EMPODERAMIENTO AL CONSUMIDOR PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA

El pasado 26 de marzo entró en vigor la Directiva 2024/825, la cual habrá de ser traspuesta antes del 27 de marzo de 2026 por los Estados Miembros.

El principal objetivo de esta Directiva es **reforzar la protección de los consumidores en materia de información falsa** o que induzca a engaño sobre las propiedades medioambientales o sociales de un determinado producto. Estas son algunas de las principales novedades que incorpora:

- Se establece la **obligación** de que **cualquier alegación** que se lleve a cabo ha de estar **respaldada por información pública y comprobable**, y en su caso de un **plan de ejecución verificado** por un tercero sobre cómo se espera conseguir lo establecido.
- Los **etiquetados de sostenibilidad** no basados en un esquema de certificación o no establecidos por autoridades habrán de ser prohibidos.
- Se **prohíbe** que se hagan **afirmaciones medioambientales genéricas** sin un comportamiento medioambiental excelente asociado reconocido que sea relevante para la afirmación. Esa valoración sobre su desempeño medioambiental puede hacerse en relación con otras normas vigentes.
- Se **prohíbe** cualquier alegación basada en la **compensación de las emisiones de gases de efecto invernadero**, de que un producto tiene un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente en términos de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Se pone el foco en la **durabilidad de los productos**, estableciendo que la información sobre la garantía tiene que ser más visible, y además se creará una **nueva etiqueta** armonizada para dar más relieve a los productos con un periodo de garantía ampliado.





## DIRECTIVA DE ALEGACIONES MEDIOAMBIENTALES

En paralelo a la ya aprobada Directiva sobre Greenwashing, la Comisión propuso la Directiva sobre Alegaciones Medioambientales. Esta norma se espera que sea aprobada ya durante la próxima legislatura europea que dará inicio tras las elecciones al Parlamento Europeo del próximo mes de junio.

El objeto de esta nueva norma es llevar a cabo una regulación específica y de mucha mayor profundidad sobre las alegaciones medioambientales. Sin embargo, la propia norma reconoce que existen ya otras normas que abordan esta cuestión, y que prevalecerán sobre ella.

Estos son los aspectos más destacados que recogerá previsiblemente la futura norma:

- Se establece la **obligación de que las empresas lleven a cabo una justificación previa de todas las alegaciones que realizan**. La evaluación habrá de cumplir una serie de requisitos que la propia norma lista, entre los que se puede destacar:
  - Especificará que la alegación se refiere a la **totalidad del producto**.
  - Estará basada en **evidencia científica reconocida**.
  - Tendrá en cuenta el conjunto del **ciclo de vida del producto**.
  - Demostrará que la alegación no se refiere a **requisitos legales**.
  - Demostrará que el **rendimiento medioambiental del producto** es significativamente mejor que la media de los de su tipo.
- Se establecen una serie de requisitos específicos para los supuestos en los que se llevan a cabo **comparaciones entre productos**. En concreto, se establece la obligación de se utilice información equivalente para los productos comparados o se lleve a cabo una cobertura igual de las fases a lo largo de la cadena de valor.
- Se establece que la justificación de la alegación medioambiental ha de ser **verificada ex ante por un tercero acreditado** por las autoridades.
- Se establece que las alegaciones medioambientales habrán de estar **acompañadas de información**, que podrá ser presentada tanto en formato físico como web.
- Se establece que las **etiquetas medioambientales** habrán de estar sujetas a los mismos requisitos de verificación. Además, se restringe la aprobación de nuevos etiquetados por parte de los Estados Miembros, estableciéndose que todos los nuevos habrán de ser creados por el Derecho de la Unión.
- Se habilita a los Estados Miembros a desarrollar un **sistema sancionador** para el potencial incumplimiento de esta normativa, aunque establece ya cuáles serían los tipos de sanciones posibles en función de la gravedad de la actuación: entre las que se encontrarían multas económicas, confiscación de ingresos e incluso paralización de actividad.
- **Se excluye a las microempresas** de 10 o menos empleados o con una facturación anual inferior a 2 millones de euros.

# CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

## Conclusiones e implicaciones

La nueva normativa que la Unión Europea está impulsando supone un avance muy significativo en la tarea de sistematización de protección de consumidores frente a informaciones medioambientales adversas, constituyendo una pata fundamental del paquete climático europeo.

No obstante, el ordenamiento jurídico español, así como los códigos de autorregulación, ya cuentan con mecanismos para determinar la ilicitud de este tipo de prácticas. Proporcionar información sobre las características medioambientales de un producto que no sean ciertas puede tener la consideración de práctica desleal o de publicidad engañosa, y ser así perseguida judicialmente. Ejemplo de esto es la reciente denuncia de Iberdrola a Repsol por el presunto carácter falso de sus alegaciones medioambientales.

Sin embargo, las nuevas normas que impulsa la Unión Europea y habrán de ser transpuestas en España sí introducen novedades a la forma en que la cuestión del greenwashing es abordada en España.

En primer lugar, la nueva Directiva de empoderamiento al consumidor para la transición ecológica extiende y concreta qué comunicaciones pueden ser consideradas desleales. Como se indicaba, hasta ahora la mayoría de las prácticas podían ser ya perseguidas alegando el carácter no veraz o desleal de la información emitida, pero existía un gran margen de interpretación por parte del órgano competente para resolver. Con la nueva Directiva, la calificación de ciertas prácticas como desleales será taxativa.

Por otro lado, la futura Directiva de Alegaciones Ecológicas incorporará novedades aún más acusadas. Se introduce la obligación de que las alegaciones medioambientales estén justificadas, estableciéndose requisitos muy escritos. Además, se establece que dicha justificación ha de ser verificada ex ante por un tercero, obligación que antes no existía. Por último, la justificación de la alegación ha de estar explícitamente incluida en el producto.

En definitiva, la nueva normativa sobre greenwashing no supondrá la primera regulación existente en España sobre la cuestión, pero sí incrementará el foco y los medios legales para perseguir este tipo de prácticas en nuestro país.



# PRÓXIMOS PASOS

## Próximos pasos

### UNIÓN EUROPEA

**a) Directiva sobre empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información.**

Aprobada y en vigor desde el 26 de marzo de 2024. Los Estados Miembros tienen hasta el 27 de marzo de 2026 para llevar a cabo la transposición.

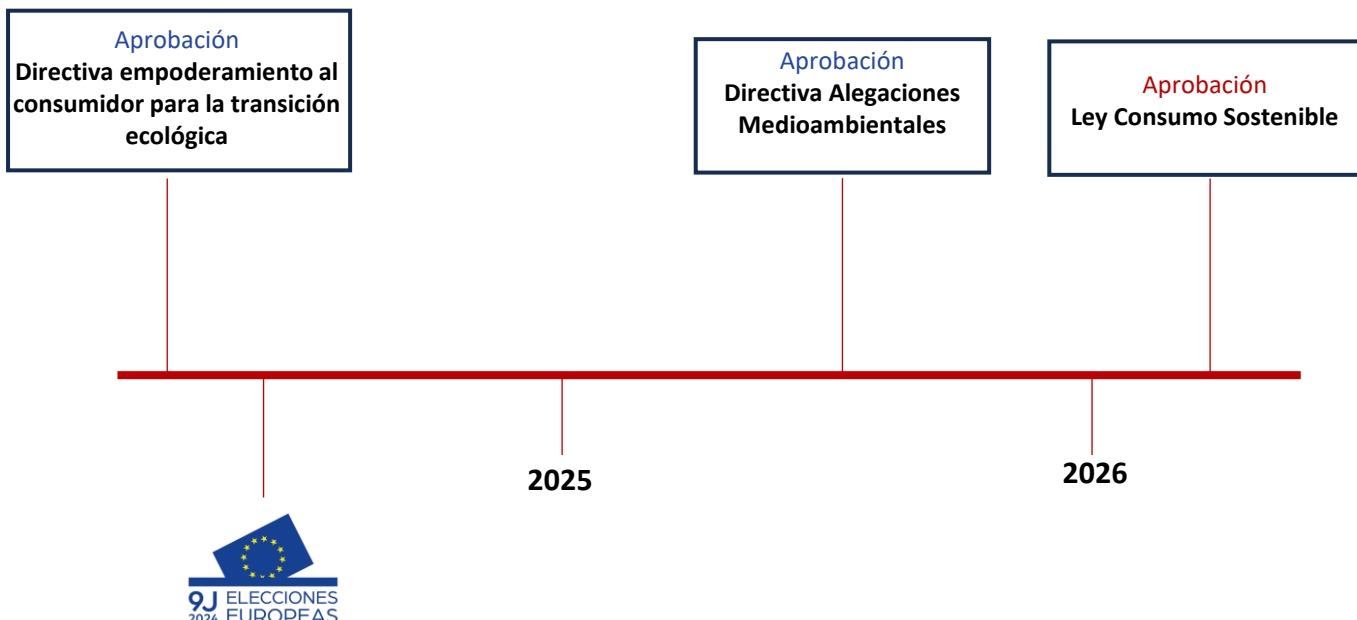
**b) Directiva sobre la justificación y comunicación de declaraciones medioambientales explícitas.**

Pendiente de tramitación durante la próxima legislatura europea. Su aprobación se prevé a lo largo de 2025. Posteriormente, se dará a los Estados Miembros previsiblemente un plazo de 18 meses para llevar a cabo la transposición.

### ESPAÑA

**a) Transposición de las directivas**

La transposición de las directivas se llevará a cabo previsiblemente de forma conjunta a través de la Ley de Consumo Sostenible, la cual fue sometida ya a consulta previa el pasado mes de marzo. Dados los plazos estimados para que la norma sobre alegaciones salga adelante en Bruselas, la Ley de Consumo Sostenible podría aprobarse a finales de 2025 o principios de 2026.



# KREAB Asuntos Públicos

## Ayudamos a anticipar las claves de contexto político y regulatorio

Analizamos los asuntos que están marcando la agenda política con el objetivo de que las organizaciones puedan navegar con certeza en escenarios cambiantes o inestables. Nos encargamos de que nuestros clientes cuenten con las proyecciones más fiables acerca de la evolución de los entornos socioeconómicos y políticos en los que desarrollan su actividad y a identificar potenciales riesgos y oportunidades.

**KREAB**

WORLDWIDE