

NUEVOS RETOS DEL MARKETING ECOLÓGICO EN EUROPA: de la lucha contra el greenwashing a los nuevos sistemas de ecoetiquetado

Jose María Fernández Alcalá

Valencia, 3 de octubre de 2023
V CONGRESO DE PACKAGING Y ECONOMÍA CIRCULAR



40
1983-2023

 **ihobe**
ingurumen hobekuntza
mejora ambiental

FINANCIA

 **GENERALITAT
VALENCIANA**
Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius
Comerç i Treball

ORGANIZA

 cluster
innovación
envase y
embalaje

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

40
1983-2023

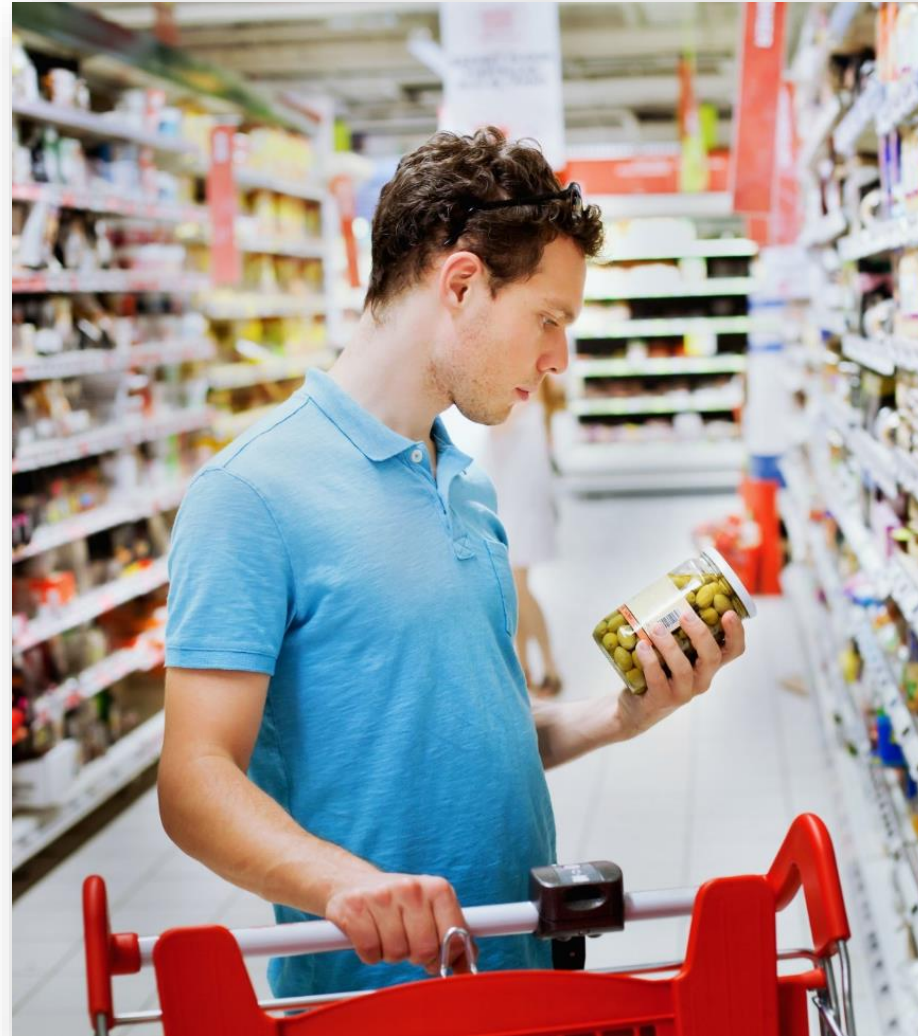
ihobe
ingurumen hobekuntza
mejora ambiental

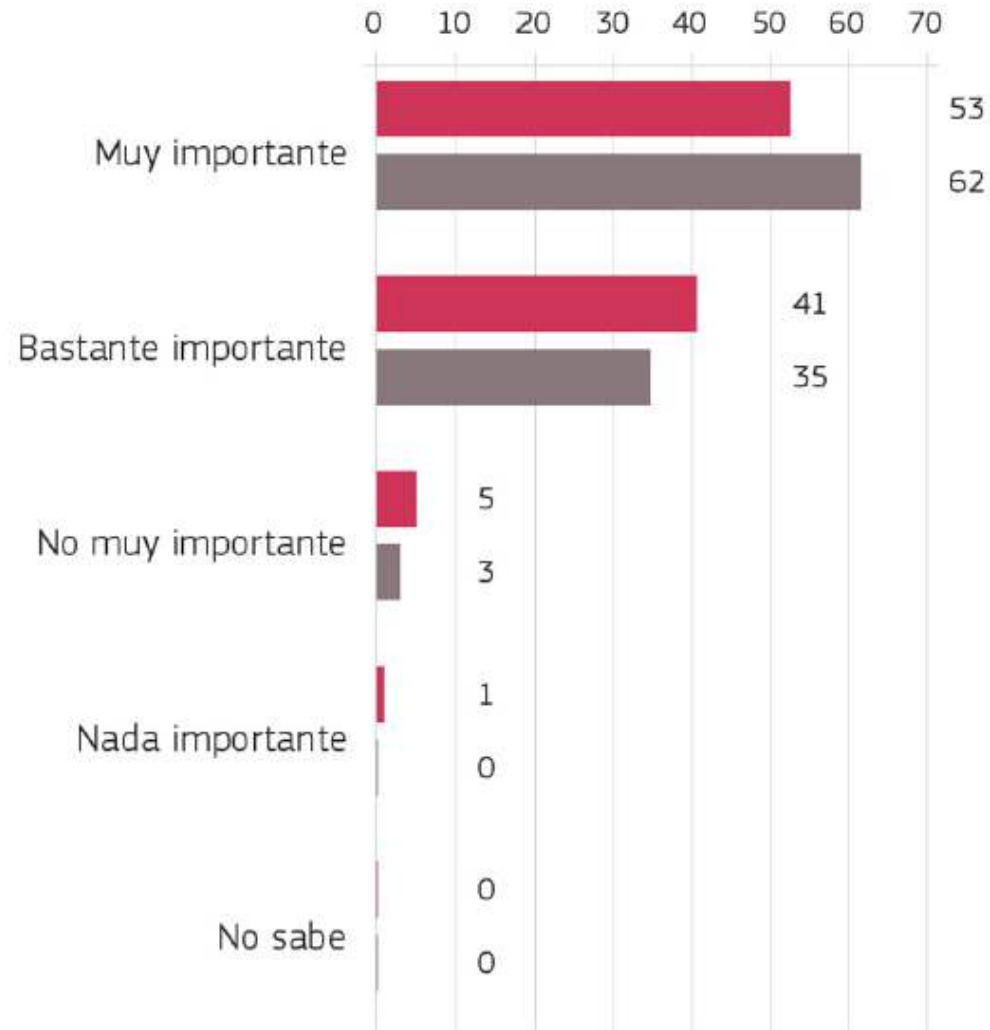
01

**Situación actual de
la información
ambiental al
consumidor**

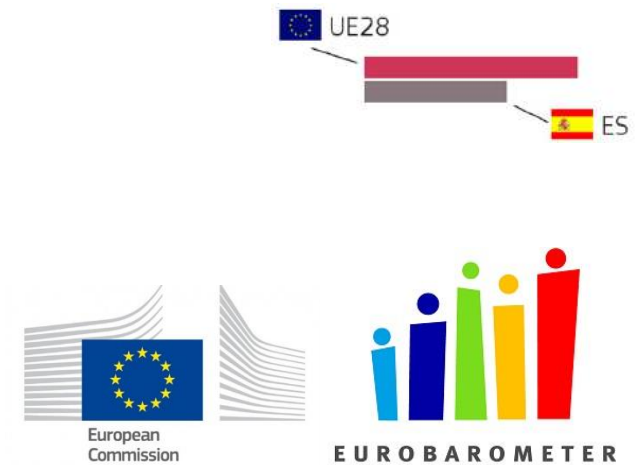


¿Cuál es la percepción del consumidor europeo en relación al medio ambiente en los productos?



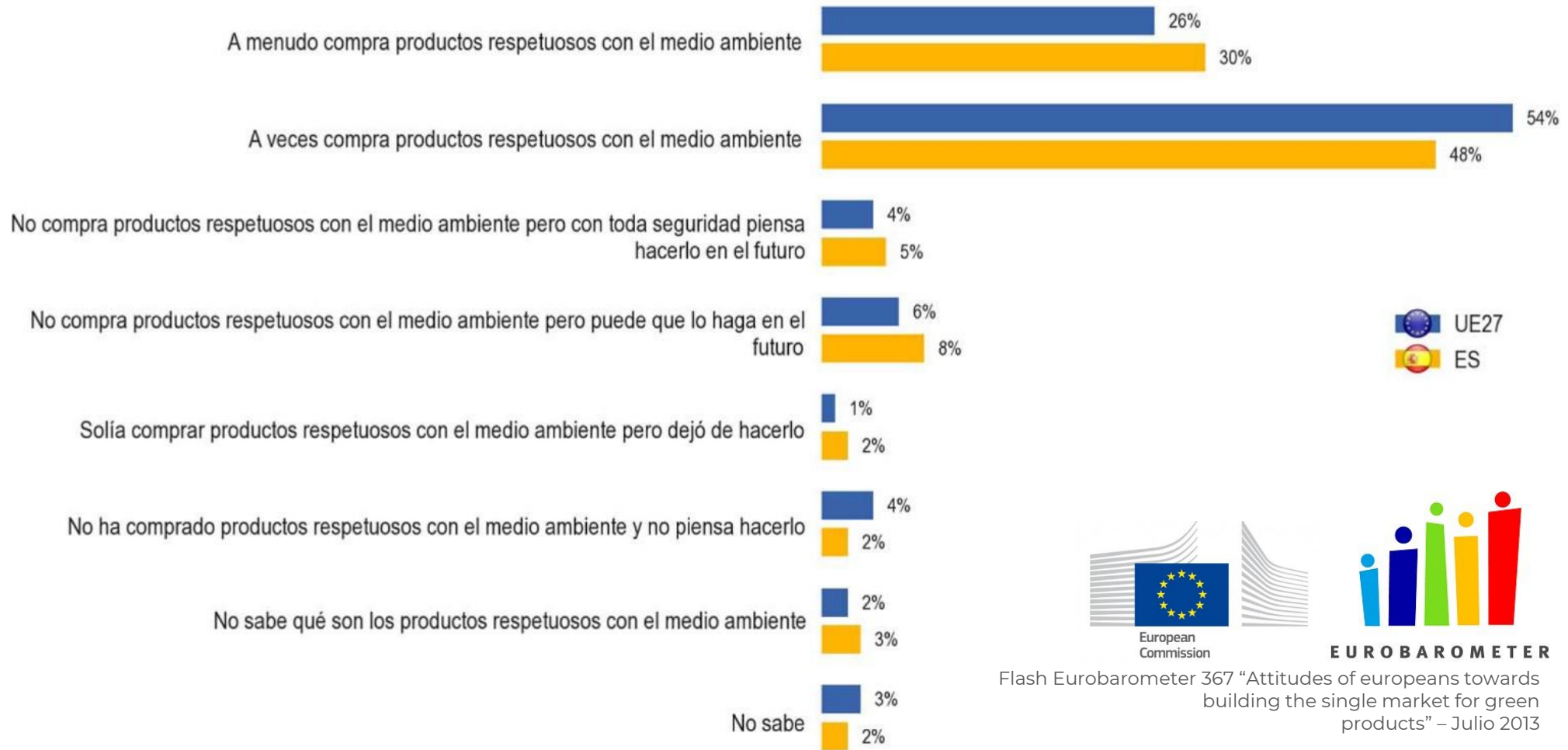


¿Cómo de importante es para usted la protección del medio ambiente?



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

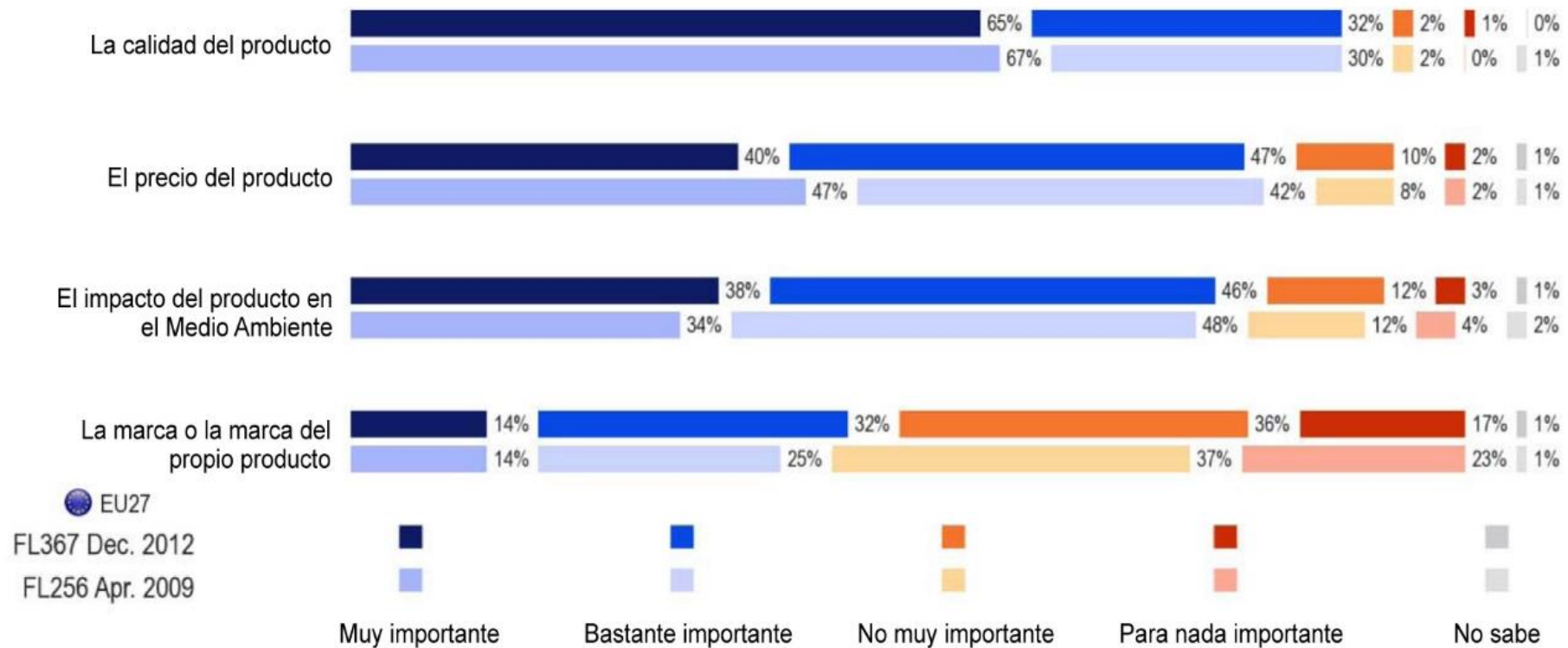
De las siguientes afirmaciones sobre productos respetuosos con el medio ambiente, ¿Cuál de ellas describe mejor su comportamiento hacia estos productos?



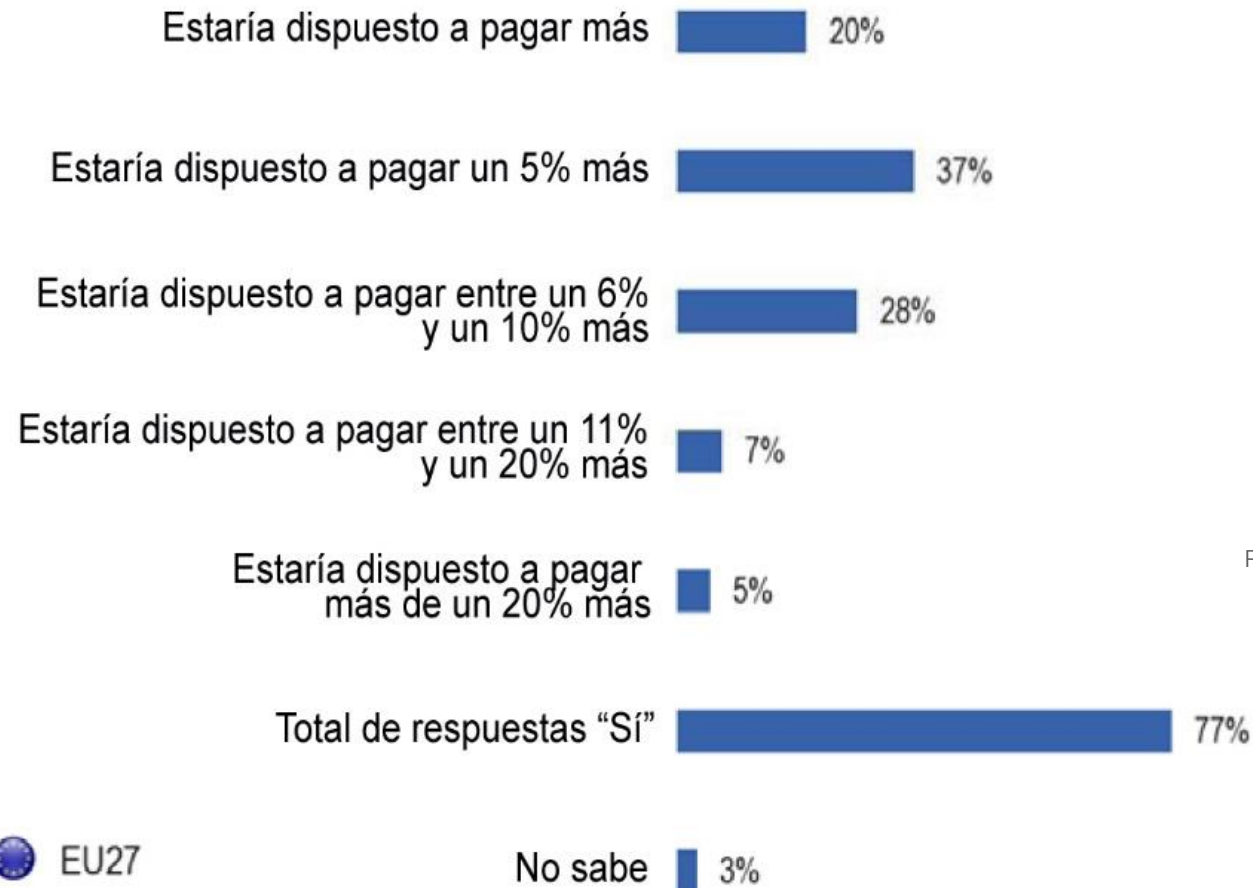
Quando realiza una opción de compra, ¿qué grado de importancia da a los siguientes aspectos?




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



¿Cuanto 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.

Home All ecolabels Contact

ECOLABEL INDEX

Login

Search the Index

Ecolabel Index is the largest global directory of ecolabels, currently tracking **456 ecolabels** in **199 countries**, and **25 industry sectors**.

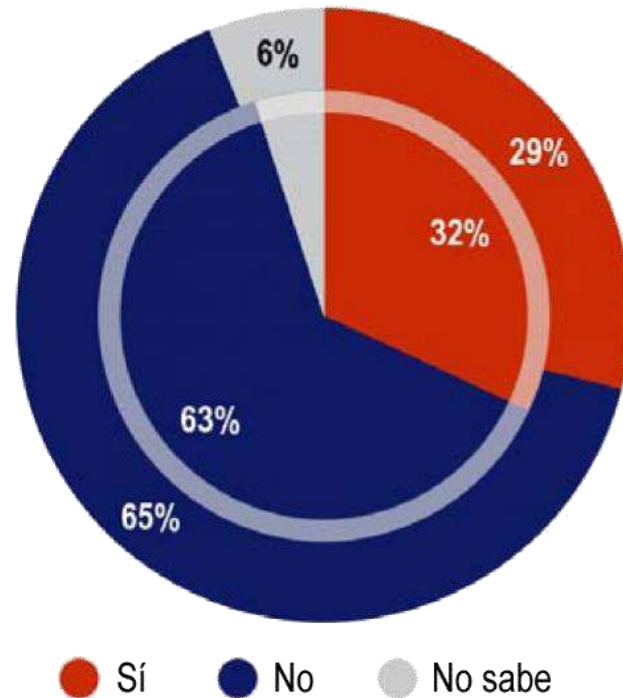
Utilized by leading companies and institutions around the world including:

ANSI Capgemini ASU OECD 50 UNEP

B. Ecolabel Index, the global directory of ecolabels, is brought to you by Big Room Inc.. We also operate .eco, a new web address for those committed to positive change for the planet. Get your own .eco domain name today.

© 2023 Big Room Inc. All rights reserved.

About Developers Glossary Legal Press Privacy Policy Resources



Inner pie : FL332 Sept. 2011
Outer pie : FL367 Dec. 2012

● EU27

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



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

02

**El greenwashing:
¿en qué consiste?**

40
1983-2023

ihobe
ingurumen hobekuntza
mejora ambiental





**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.**





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.



03

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

40
1983-2023

ihobe
ingurumen hobekuntza
mejora ambiental



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

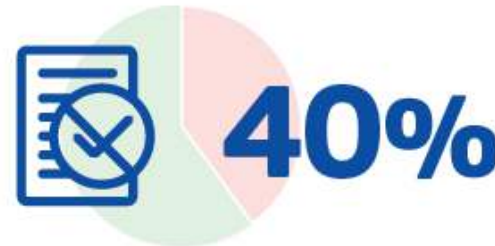
Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:

➤ 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

Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:



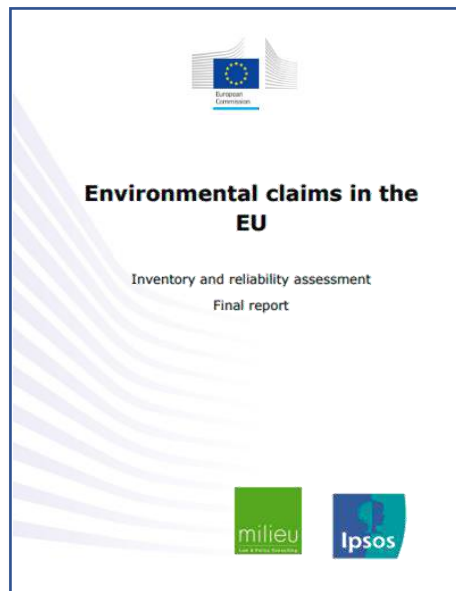
	Markets	Product categories
Non-food	Consumer electronics	Mobile phones*
		Laptops*
		Televisions**
	Household appliances	Washing machines**
		Refrigerators*
		Coffee machines*
	Textiles	Clothing: sportswear women
		Footwear : men European size 42
	Household cleaning and storing products	Washing machine detergents
		Rubbish bags
	Personal hygiene and beauty products	Shampoos
		Skin creams
		Toilet paper
	Baby products	Baby bottles
		Baby diapers
	Miscellaneous household	Paints
		Windows
		Hardwood floors***
		Carpets
		Showerheads***
Transport	Passenger vehicles	
Financial services	Airlines	
	Consumer investment products	
Other services	Hotels	
	Household electricity services	
Food	Beverages	Wine
		Lager Pils
		Ground coffee
		Bottled water
		Orange juice
	Cereals and cereal products	Pre-packed bread
		Spaghetti pasta

	Markets	Product categories
	Dairy and eggs	Rice
		Whole milk
		Eggs
	Fats and oils	Margarine
		Olive oil
	Fruits	Sunflower oil****
		Apples
		Bananas
	Meat	Oranges****
		Poultry meat (raw and unprocessed)
	Pre-prepared meals	Beef (raw and unprocessed)
		Lasagne****
		Soup (in Tetrapak)*****
	Sugar	Pizza
		Cane sugar***
		Granulated white sugar***
	Vegetables	Sugar*
Tomatoes		
Canned beans****		
		Potatoes

*Not assessed by mystery shoppers
 **Mystery shopping of manufacturers (brands) websites
 ***Not assessed via advertisement analysis
 ****Extended to similar products for the advertisement analysis
 *****For Ireland replaced by canned soup as Tetrapak soup was unavailable

Declaración ambiental vs etiquetado ambiental:

➤ Tipo de alegaciones medioambientales analizadas:



	Total no. assessed	Share of environmental claims	Share of implicit environmental claims	Share of explicit environmental claims
Total	2911	80%	45%	35%
Food	1427	84%	46%	38%
Beverages	484	86%	52%	33%
Wine	110	75%	55%	21%
Lager Pils	36	84%	75%	9%
Ground coffee	192	70%	37%	33%
Bottled water	110	99%	40%	58%
Orange juice	36	100%	54%	46%

40
1983-2023

ihobe
ingurumen hobekuntza
mejora ambiental

04

**La respuesta de
Europa: nueva
agenda del
consumidor**





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:







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.

05

Propuestas legislativas sobre la mesa

40
1983-2023

ihobe
ingurumen hobekuntza
mejora ambiental



Empowering Consumers for the Green Transition

30 March 2022
#EUGreenDeal



Propuesta de Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición verde:

► **Objetivos de la propuesta de 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.



Propuesta de Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición verde:

➤ 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.



Propuesta de Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición verde:

► 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.



Propuesta de Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición verde:

➤ 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.



Propuesta de Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición verde:

► 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.



Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores:

► **Objetivos de la directiva:**

- Establece las **prácticas comerciales desleales** de las empresas en sus relaciones con los consumidores prohibidas en la Unión Europea (UE);
- Se aplica a las acciones u omisiones que están directamente relacionadas con la **promoción, la venta o el suministro de un producto** por parte de un comerciante a los consumidores de modo que protege los intereses económicos de estos antes, durante y después de efectuar una transacción comercial;
- Garantiza el mismo nivel de protección para **todos los consumidores** con independencia del lugar de compra o venta **en la UE.**



Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores:

➤ Puntos clave:

- Las prácticas comerciales desleales son las prácticas que:
 - son **contrarias a los requisitos de la diligencia profesional**; y
 - pueden **distorsionar** de manera sustancial **el comportamiento de compra** del consumidor medio.
- Determinados consumidores deben disponer de un **nivel de protección más elevado**, dada su vulnerabilidad específica (niños o personas mayores), a su ingenuidad o a una enfermedad física o mental.
- Distingue entre dos categorías de prácticas comerciales que se consideran desleales: **las prácticas comerciales engañosas** (acciones y omisiones) y **las prácticas comerciales agresivas**.
- Además, el anexo I contiene una **lista de prácticas que se prohíben en todas las circunstancias** (una «lista negra»).



Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores:

➤ Prácticas comerciales engañosas: **ACCIONES ENGAÑOSAS**

Se considera engañosa toda práctica comercial que contiene **información falsa o que carezca de veracidad**, o si la información, **aun cuando sea correcta, puede inducir a error** al consumidor y hacerle tomar una decisión de compra que no hubiera tomado de otro modo. Este tipo de acciones incluye información falsa o engañosa sobre:

- la existencia o la naturaleza del producto;
- las características principales del producto;
- el alcance de los compromisos del comerciante;
- el precio o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio;
- la necesidad de un servicio o de una reparación.



Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores:

➤ Prácticas comerciales engañosas: **OMISIONES ENGAÑOSAS**

Una práctica es asimismo engañosa **si se omite o se ofrece de manera poco clara, ininteligible, ambigua** o en un momento que no es el adecuado la información sustancial que necesita el consumidor medio para tomar una decisión de compra, lo que puede hacer que el consumidor tome una decisión de compra que no hubiera tomado de otro modo.



Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores:

➤ **Prácticas comerciales agresivas:**

Las **decisiones de compra** de los consumidores deben ser **libres**. Una práctica se considera agresiva y desleal si, mediante **el acoso, la coacción o la influencia indebida** merma de forma significativa la libertad de elección del consumidor y le hace tomar una decisión de compra que no hubiera tomado de otra forma.

El anexo I de la Directiva contiene una lista con **treinta y cinco prácticas comerciales que se consideran desleales** en cualquier circunstancia.



Modificaciones propuestas en la Directiva 2005/29/CE :

➤ Características del producto cubiertas (art 6):

- Se añade el “**impacto medioambiental o social**”, la “**durabilidad**” y la “**reparabilidad**” a lista de características sobre las que no se debe engañar.
- Se añaden dos prácticas comerciales que deben considerarse engañosas:
 - hacer una alegación medioambiental relacionada con el **comportamiento medioambiental futuro** sin compromisos y metas claros, objetivos y verificables y un sistema de supervisión independiente;
 - anunciar **beneficios** para los consumidores que se consideren una **práctica habitual** en el mercado pertinente.

➤ Lista de información fundamental (art 7):

- Se añade “*cuando un comerciante preste un servicio que compare productos, incluso a través de una herramienta de información sobre la sostenibilidad, se considerarán fundamentales la información sobre el **método de comparación**, los **productos objeto de la comparación** y los **proveedores de dichos productos**, así como las medidas para mantener la información actualizada*”.

Modificaciones propuestas en la Directiva 2005/29/CE :

➤ **Prácticas comerciales adicionales añadidas al anexo I: (blanqueo ecológico)**

- Exhibir una **etiqueta de sostenibilidad** que no se base en un **sistema de certificación** o no esté establecida por **autoridades públicas**.
- Hacer una **alegación medioambiental genérica** con respecto a la cual el comerciante **no pueda demostrar** un comportamiento medioambiental excelente reconocido pertinente para la alegación.
- Hacer una alegación medioambiental **sobre todo el producto**, cuando en realidad solo se refiera a determinado aspecto de él.
- Presentar **requisitos impuestos por la legislación** a todos los productos de la categoría de productos pertinente en el mercado de la Unión **como característica distintiva** de la oferta del comerciante.



Modificaciones propuestas en la Directiva 2005/29/CE :

➤ **Prácticas comerciales adicionales añadidas al anexo I: (obsolescencia temprana)**

- Omitir informar al consumidor de que **una actualización** de los programas informáticos afectará **negativamente al uso de bienes con elementos digitales** o a determinada característica de estos bienes.
- Omitir informar al consumidor sobre la existencia de una característica de un bien introducida para **limitar su durabilidad**.
- Alegar que un bien tiene una durabilidad determinada en términos de tiempo o intensidad de uso cuando no la tenga.
- Presentar los productos **como si se pudieran reparar** cuando esto no sea posible u omitir informar al consumidor de que los bienes no se pueden reparar de conformidad con los requisitos legales.
- Inducir al consumidor a **sustituir** los bienes fungibles de un bien **antes de lo necesario** por razones técnicas.
- Omitir informar de que un bien está diseñado para **limitar su funcionalidad** cuando se utilicen bienes fungibles, piezas de recambio o accesorios que no sean suministrados por el productor original.

Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores:

➤ Objetivos de la directiva:

- Aumentar la protección de los consumidores mediante la armonización de varios aspectos clave de la legislación nacional relativa a **contratos entre compradores y vendedores**;
- Fomentar el comercio entre los Estados miembros de la Unión Europea (UE), especialmente para los consumidores que **compran en línea**.

Esta directiva abarca **una amplia gama de contratos** celebrados entre comerciantes y consumidores, principalmente contratos de venta, contratos de prestación de servicios, contratos de suministro de contenidos digitales en línea y contratos de suministro de agua, gas, electricidad y calefacción mediante sistemas urbanos. Cubre los **requisitos de información**, el **derecho de desistimiento** y la **ausencia de costes injustificados o cargos adicionales**.



Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores:

➤ Requisitos de información:

- **Antes de celebrar un contrato**, los comerciantes deben proporcionar a los consumidores, en un lenguaje claro y comprensible, información como:
 - su identidad y datos de contacto;
 - las características principales del producto; y
 - las condiciones aplicables, incluidas las condiciones de pago, los plazos de entrega, la ejecución y la duración del contrato, así como sus condiciones de resolución.
- **En el caso de las tiendas**, debe facilitarse la información que no resulte evidente.
- En una modificación posterior, mediante la Directiva (UE) 2019/2161 añade a se incorporan requisitos específicos de información para los contratos celebrados **en mercados en línea**.



Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores:

➤ Derecho de desistimiento:

- Los consumidores pueden **desistir de contratos a distancia y fuera del establecimiento en un plazo de catorce días** transcurridos desde la entrega de los bienes o la celebración del contrato, sin coste adicional y sin tener que dar explicaciones. Si no se informa al consumidor de sus derechos, el período de desistimiento se prolongará doce meses.
- Se aplican **exenciones en ciertas circunstancias** (bienes perecederos, desprecintados en caso de salud o higiene, y las reservas de hoteles o alquileres de vehículos en fechas concretas).
- Bajo ciertas circunstancias, se aplican también **excepciones a los contratos de suministro de contenidos digitales** si ya ha dado comienzo su ejecución.
- **Cuando los consumidores desistan** de un contrato, **deben abstenerse de utilizar los contenidos o servicios digitales** y de ponerlos a disposición de terceros.



Modificaciones propuestas en la Directiva 2011/83/UE:

➤ Definiciones (art. 2):

- Incorpora la **durabilidad y la reparabilidad de los bienes** dentro de la información precontractual que debe facilitarse a los consumidores al celebrar contratos a distancia y contratos fuera del establecimiento,

➤ Requisitos de información de los contratos (art. 5):

Se añaden seis elementos adicionales a la lista:

- información sobre la **existencia y la duración de la garantía comercial de durabilidad del productor** para todos los tipos de bienes, cuando el productor facilite esta información;
- información de que el productor no ha facilitado información sobre la existencia de una garantía de durabilidad del productor para los bienes que consuman energía;
- la existencia y la duración del período durante el cual el productor se compromete a **proporcionar actualizaciones de los programas informáticos** para los bienes con elementos digitales;

Modificaciones propuestas en la Directiva 2011/83/UE:

- El **índice de reparabilidad** del bien aplicable con arreglo al Derecho de la Unión;
- **otra información sobre la reparación**, en caso de que no se disponga de la puntuación de reparabilidad a escala de la Unión, como información

➤ **Requisitos de los contratos a distancia (art. 8):**

Y por lo que se refiere a la información que los consumidores deben conocer directamente antes de hacer el pedido, en el caso de los contratos a distancia que se celebren por medios electrónicos, se añade a la lista la información sobre la **existencia y la duración de la garantía comercial de durabilidad del productor** (o la de que no se ha facilitado tal información, en el caso de los bienes que consuman energía).





El pasado 15 Mayo 2023 el Parlamento de la UE aprobó por una mayoría de 544 votos a favor, 18 en contra y 17 abstenciones, la propuesta de Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición verde.

El pasado 19 septiembre de 2023 el Consejo y el Parlamento alcanzan un acuerdo para la aprobación y mejora de la directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición verde.



Mejoras introducidas en la propuesta de Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición verde:

➤ En relación a blanqueo ecológico:

- Mejora en la **credibilidad de las etiquetas de sostenibilidad**, al definir los elementos clave del sistema de certificación en el que deberían estar basados.
- Aumento de la transparencia y seguimiento de las declaraciones relacionadas con el **comportamiento ambiental futuro**.
- Inclusión en el listado de prácticas desleales aquellas basadas en la **compensación de emisiones de GEIs**.

➤ En relación a obsolescencia temprana:

- Aclara la responsabilidad de los **comerciantes**.
- Introduce **etiqueta armonizada para la garantía** comercial de durabilidad.

➤ En relación a la trasposición de la directiva:

- Se amplía el **periodo de trasposición a 24 meses** para dar tiempo suficiente a los estados miembros para adaptarse.





The infographic features a large green leaf graphic in the center. Above it is the European Commission logo. To the right, a woman is shown in a supermarket aisle, looking at products. The text is presented in a clean, modern font with a mix of blue and green colors.

European Commission

Circular economy:

New criteria to enable sustainable choices and protect consumers and companies from greenwashing

22 March 2023
#EUGreenDeal

The Commission is proposing **new rules to stop companies from making misleading claims about environmental merits** of their products and services and allow consumers to **make informed environmental choices**.

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**.





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

ESKERRIK ASKO!!
¡¡MUCHAS GRACIAS!!

jose_maria.fernandez@ihobe.eus



<https://www.linkedin.com/in/jose-maria-fernandez-alcala/>



40
1983-2023



FINANCIA



ORGANIZA

