

Aprobación de la Directiva *antigreenwashing* para el empoderamiento de los consumidores

La Directiva *antigreenwashing* para el empoderamiento de los consumidores impone una serie de obligaciones a productores y vendedores de productos con la finalidad de proteger a los consumidores del llamado «blanqueo ecológico» o «*greenwashing*». La aprobación de la directiva debería, pues, ayudar a consumidores y usuarios a tomar decisiones más sostenibles y a aumentar la confianza en la información y en las etiquetas ecológicas.

GRUPO DE SOSTENIBILIDAD DE GÓMEZ-ACEBO & POMBO

Eduardo Orteu Berrocal, Alicia Gómez García y Yago Fernández Darna

El pasado 6 de marzo del 2024 se ha publicado en el *Diario Oficial de la Unión Europea* la Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero, por la que se modifican la Directiva 2005/29/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores (la «Directiva sobre prácticas comerciales desleales»), y la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre, sobre los dere-

chos de los consumidores (la «Directiva sobre 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 mediante una mejor información (la «Directiva *antigreenwashing* para el empoderamiento de los consumidores» o la «directiva»)¹.

Esta nueva directiva impone una serie de obligaciones a productores y vendedores de productos, con la finalidad de proteger a los consu-

¹ Esta directiva no debe ser confundida con la propuesta de directiva de substanciación y comunicación de afirmaciones ambientales explícitas (conocida como «Directiva *green claims*»).

midores del conocido como *blanqueo ecológico* o «*greenwashing*», todo ello con la finalidad de ayudar a consumidores y usuarios a tomar decisiones más sostenibles y a aumentar la confianza en la información y las etiquetas ecológicas.

El plazo para la transposición al ordenamiento jurídico interno de la directiva por parte de los Estados miembros expira el 27 de marzo del 2026, debiendo entrar en vigor las nuevas obligaciones, como tarde, el 27 de septiembre de ese mismo año. Así, a partir de dicha fecha, los operadores deberán ajustar su actividad a las medidas y obligaciones que agrupamos, a continuación, por categorías:

1) *Sistemas de certificación y etiquetas de sostenibilidad*

La Directiva *antigreenwashing* para el empoderamiento de los consumidores modifica los artículos 6 y 7 y el anexo I de la Directiva sobre prácticas comerciales desleales y declara prohibidas las conductas consistentes en atribuir determinadas características ambientales, sostenibles, ecológicas o sociales a determinados productos, servicios o negocios si aquéllas no vienen respaldadas por sistemas de certificación o etiquetas sostenibles. En particular:

- No se podrán emplear etiquetas o distintivos de sostenibilidad que no estén basados en un sistema de certificación externo e independiente o que hayan sido establecidos por las autoridades públicas.

- No podrán realizarse afirmaciones relacionadas con el comportamiento medioambiental futuro de un producto, servicio o negocio sin formular compromisos claros, objetivos, disponibles públicamente y verificables establecidos en un plan de ejecución detallado y realista que recoja objetivos mensurables, acotados en el tiempo, así como cualesquiera otros elementos pertinentes necesarios para apoyar su aplicación, y que sea verificado periódicamente por un tercero experto independiente cuyas conclusiones se pongan a disposición de los consumidores.

- Asimismo, cuando un comerciante preste servicios de comparación de productos y proporcione a los consumidores información sobre las características medioambientales o sociales o sobre aspectos de circularidad (como la durabilidad, reparabilidad o reciclabilidad²) deberá proporcionar información sobre el método de comparación empleado, los productos que son objeto de comparación y los proveedores de dichos productos, así como las medidas impuestas para mantener dicha información actualizada.

- La directiva también prohíbe la realización de afirmaciones medioambientales genéricas sin un comportamiento medioambiental excelente reconocido que sea relevante para la afirmación³. Ejemplos

² Ver a estos efectos lo dispuesto en el artículo 18 de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular, y sus normas de desarrollo en materia de responsabilidad ampliada del productor. En particular, y por lo que a los envases se refiere, tómesese en consideración lo indicado en el artículo 12 del Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de envases y residuos de envases. Igualmente, en materia de aparatos eléctricos, léase lo dispuesto en el Real Decreto 110/2015, de 20 de febrero, sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

³ A este respecto, la Directiva *antigreenwashing* para el empoderamiento de los consumidores establece que el comportamiento medioambiental excelente reconocido puede demostrarse, por ejemplo, mediante el cumplimiento del Reglamento (CE) núm. 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre del 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la UE, o de los sistemas de etiquetado ecológico EN ISO 14024, entre otros.

de afirmaciones medioambientales genéricas son, por ejemplo, las menciones «respetuoso con el medio ambiente», «verde», «ecológico», «de origen biológico» o similares.

2) *Afirmaciones confusas o engañosas*

También se consideran prácticas comerciales engañosas y, por lo tanto, sancionables, las siguientes prácticas:

- Suministrar al consumidor información falsa o carente de veracidad, o cualquier tipo de información que, en la forma que sea, incluida su presentación general, induzca o pueda inducir al consumidor medio a error sobre las características principales del producto, entre las que se incluyen los aspectos relativos a su circularidad, separabilidad o reciclabilidad.
- Anunciar beneficios para los consumidores que sean irrelevantes y que no se deriven de ninguna característica del bien, servicio o empresa. Así, estarían prohibidas aquellas afirmaciones que destaquen características redundantes de un producto (a título de ejemplo: «agua sin gluten», «hojas de papel sin plástico», «garbanzos veganos», etcétera).
- Hacer afirmaciones sobre la totalidad de un producto o sobre toda la empresa cuando dicha afirmación sólo se corresponda en la realidad con un determinado aspecto del producto o con una actividad específica de la empresa.
- Afirmar, basándose en el comercio de compensación de emisiones de gases de efecto invernadero, que un producto tiene un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente en términos de emisiones de gases de efecto invernadero.

3) *Presentación del cumplimiento de requisitos legales como características distintivas de un producto o servicio*

La directiva también considera conducta sancionable la consistente en presentar el cumplimiento de los requisitos legales impuestos a una determinada categoría de productos como una característica distintiva de éstos. Se excluyen de tal prohibición las prácticas comerciales que promocionen el cumplimiento, por parte de los comerciantes o de los productos, de aquellas exigencias legales que sólo se apliquen a algunos productos, pero no a otros productos competidores de la misma categoría que también se comercialicen en la Unión Europea (sería el caso, por ejemplo, de productos con origen fuera de la Unión y no sometidos a la normativa de la Unión Europea).

4) *Durabilidad y reparación de bienes y productos*

La nueva norma también busca promover la producción y puesta en el mercado de bienes y productos que sean duraderos y reparables con miras a una reducción de los flujos de producción de residuos. A este respecto, los diferentes productores y vendedores que operen en la Unión deberán dar cumplimiento a las siguientes medidas:

- Cuando un bien sea reparable, deberá informarse al potencial consumidor sobre su *puntuación de reparabilidad*, la cual se define en la directiva como aquella puntuación que expresa la aptitud de un producto de ser reparado y está basada en requisitos armonizados a nivel de la Unión Europea.
- Si el bien en cuestión no es reparable, se deberá proporcionar al potencial consumidor toda aquella información relativa a la disponibilidad, el coste estimado y el

- procedimiento para pedir las piezas de recambio necesarias para mantener la conformidad del bien, así como aquella información sobre la disponibilidad de instrucciones de reparación y mantenimiento y sobre las restricciones de reparación del producto.
- En el caso de los bienes con elementos digitales, de los contenidos digitales y de los servicios digitales, deberá informarse al potencial consumidor sobre el periodo de tiempo durante el cual el productor o el proveedor proporcione actualizaciones de *software*.
 - Se prohíbe asimismo ocultar información al consumidor sobre el hecho de que una actualización de *software* (incluidas las actualizaciones de seguridad y funcionalidad) afectará negativamente al funcionamiento de bienes con elementos digitales o al uso de contenidos o servicios digitales.
 - Asimismo, se prohíbe a) presentar un producto como reparable cuando no lo sea; b) inducir a un consumidor a sustituir, rellenar o reponer los elementos fungibles de un bien antes de lo necesario aduciendo motivos técnicos; c) ocultar información sobre el deterioro de la funcionalidad de un bien cuando se empleen elementos fungibles, piezas de recambio o accesorios no suministrados por el productor original, o afirmar falsamente que dicho deterioro se producirá, y d) afirmar falsamente que un producto tiene una durabilidad determinada en términos de tiempo o intensidad de uso en condiciones normales.
 - Finalmente, los operadores también estarán obligados a suministrar a los consumidores la siguiente información precontractual:
 - a) Existencia de garantías legales y, en su caso, de garantías comerciales adicionales que el comerciante haya querido establecer.
 - b) Características y condiciones del servicio posventa.

5) Aviso y etiqueta armonizados

Finalmente, y ante el frecuente desconocimiento de los consumidores sobre la existencia y duración de la garantía legal y comercial, la Directiva *antigreenwashing* para el empoderamiento de los consumidores prevé el establecimiento de un aviso y de un etiquetado armonizados con la finalidad de permitir a los consumidores conocer sus derechos al respecto con mayor facilidad.

Con ese fin, se encomienda a la Comisión el diseño de los siguientes avisos y etiquetas armonizados:

- Aviso o etiqueta armonizados sobre la garantía legal de conformidad en que se deberá incluir toda aquella información relativa a la duración mínima de dos años de la garantía según lo establecido en la normativa comunitaria, así como una referencia general a la posibilidad de que la garantía legal tenga una duración incluso superior según la legislación nacional⁴.

⁴ En el caso de España, la garantía legal es de tres años para los productos comercializados a partir del 1 de enero del 2022, de acuerdo con el artículo 120.1 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (TRLGDCU).

- Aviso o etiqueta armonizada sobre la garantía comercial adicional que incluirá la durabilidad del bien en condiciones normales de uso (garantía comercial de durabilidad) y el recuerdo de la existencia, asimismo, de la garantía legal de conformidad.

La etiqueta armonizada debe exhibirse de manera destacada y ser utilizada de tal forma que permita a los consumidores identificar fácilmente qué bienes concretos disfrutan de una garantía comercial de durabilidad, ofrecida por el productor sin costes adicionales, que cubra la totalidad del bien y con una duración superior a dos años; por ejemplo, la etiqueta puede colocarse directamente en el envase de un bien concreto, exhibirse de manera destacada en el estante en el que se coloquen los productos cubiertos por dicha garantía o situarse directamente junto a la imagen del bien en caso de venta en línea.

Por su parte, el aviso armonizado deberá proporcionar un recordatorio general a los consumidores sobre la garantía legal de conformidad aplicable a todos los bienes según la Directiva (EU) 2019/771, relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes. El aviso armonizado debe exhibirse de manera destacada, por ejemplo, en un cartel expuesto de manera llamativa en una pared de la tienda, junto a la caja o, en caso de venta en línea, como recordatorio general en el sitio web del comerciante que vende los productos.

Protección de consumidores frente a prácticas de greenwashing en publicidad comercial

Una vez culminada la transposición de la directiva al ordenamiento jurídico español, el régimen sancionador asociado al incumplimiento de las nuevas obligaciones quedaría previsiblemente tipificado en el capítulo II (arts. 47 a 52) del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGDCU)⁵, de acuerdo con el cual, las sanciones por incumplimiento de las obligaciones antedichas podrían llegar hasta el millón de euros, pudiéndose sobrepasar esa cantidad

hasta alcanzar entre seis y ocho veces el beneficio ilícito obtenido por el operador obligado a dar cumplimiento a dichas obligaciones.

El mencionado texto refundido también prevé la imposición de sanciones accesorias, entre las que se encuentran las siguientes: a) el comiso de las mercancías objeto de la infracción; b) la publicidad de las sanciones leves y graves impuestas cuando hayan adquirido firmeza en la vía administrativa; c) el cierre temporal del establecimiento o instalación, y d) la exigencia al infractor de rectificación de los incumplimientos identificados en la resolución que ponga fin al procedimiento sancionador.

La aplicación de la Directiva *antigreenwashing* para el empoderamiento de los consumidores exige un profundo conocimiento de la normativa medioambiental pues, en la práctica, la acreditación de las características ambientales, sostenibles, ecológicas o sociales que puedan atribuirse a determinados productos, servicios o negocios queda diferida a lo establecido en las distintas

⁵ En la actualidad, el régimen sancionador asociado a la Directiva sobre prácticas comerciales desleales (en lo que a derechos de los consumidores se refiere) y a la Directiva sobre derechos de los consumidores se encuentra transpuesto en España en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

normas sectoriales de carácter medioambiental que condicionan la puesta en el mercado de esos productos o servicios o el desarrollo de cualquier actividad económica. Dichas normas abarcan desde la regulación sobre cambio climático, pasando por la legislación sobre responsabilidad ampliada del productor, hasta la regulación sobre gestión de residuos, la normativa sobre calidad de las aguas, la regulación sobre sistemas de auditoría medioambiental o la amplísima y

muy compleja normativa europea de químicos y contaminantes emergentes, por citar algunos ámbitos regulatorios especialmente relevantes a los efectos de lo establecido en esta nueva directiva.

Su efectiva aplicación llevará necesariamente a las empresas a revisar sus políticas y estrategias comerciales y corporativas para asegurar su correcta adecuación al nuevo marco regulatorio europeo *antigreenwashing*.