

[Directiva \(UE\) 2024/825, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, 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 \[DOUE-L-2024/825, de 3-III-2024\]](#)

Con fecha de 6 de marzo, 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 de 2024, 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, también denominada directiva contra la «ecoimpostura» o «greenwashing» (de aquí en adelante, la **Directiva anti-greenwashing**).

Esta nueva norma entró en vigor el 26 de marzo de 2024 y los Estados miembros deberán adoptar y publicar las disposiciones necesarias para su cumplimiento hasta el 27 de marzo de 2026, para su aplicación a partir del 27 de septiembre de ese año.

Esta directiva se encuentra dentro de un paquete de medidas vinculado al Pacto Verde Europeo e impulsado por la Comisión Europea. Recordemos que, en el Pacto Verde Europeo, la Comisión Europea se comprometió a garantizar que las personas consumidoras estén capacitadas para tomar decisiones con mejor conocimiento de causa y desempeñar un papel activo en la transición ecológica. Es indudable que el consumo sostenible propicia el uso de productos y servicios que minimizan la utilización de los recursos naturales, la generación de materiales tóxicos y residuos, e involucra la adopción de tendencias y estilos de vida con menor impacto ambiental. El desafío mundial que representa la crisis climática y la crisis ecosocial hace necesario generar modelos de consumo diferentes a los actuales en los que las empresas deben mejorar sus prácticas, al mismo tiempo que se debe promover desde los poderes públicos el acceso de las personas consumidoras a una mayor y mejor información. En aras de conseguir este objetivo de consumo responsable y sostenible correlativo a la transparencia y las buenas prácticas empresariales, se elaboran tres directivas que pretenden dirigirse contra tres de los grandes problemas detectados para conseguir esta capacitación:

- la Directiva *anti-greenwashing* que ahora comentamos que se centra en la protección contra prácticas desleales;
- la Propuesta de Directiva relativa a la justificación y comunicación de alegaciones medioambientales explícitas ([Directiva sobre Alegaciones Ecológicas](#), Bruselas, 4 de julio de 2024), focalizada en la lucha contra el blanqueamiento ecológico;

- la Propuesta de Directiva por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828 ([Directiva sobre el derecho a reparar](#), 27 de mayo de 2024), destinada a regular el derecho a la reparación.

Centrándonos en la Directiva *anti-greenwashing*, esta norma se centra en ciertas conductas, cometidas frecuentemente por las empresas, y que tienen como consecuencia un impacto en las decisiones del consumidor debido al falseamiento de informaciones de estas empresas respecto a aspectos medioambientales tanto de sus propias decisiones productivas como de los productos que comercializan. Nos estamos refiriendo a conductas como la promoción de una línea de productos como «ecofriendly», cuando son igual que los convencionales, sin aportar ninguna prueba que avalara esa diferenciación; campañas publicitarias centradas en la sostenibilidad de una manera poco realista; el uso de adjetivos o denominaciones que generan confusión en las características de los productos haciendo pensar que son ecológicos o ecosostenibles, etc.

Para evitar estas conductas, la Directiva *anti-greenwashing*, por un lado, modifica los artículos 2, 6 y 7 de la Directiva 2005/29/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativos a las prácticas comerciales que se consideren engañosas y, por tanto, prohibidas; y, por otro, modifica los artículos 2, 5, 6 y 8 y añade nuevos artículos 22 bis y 27 bis en la Directiva 2011/83/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE, del Consejo, y la Directiva 1999/44/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, y se derogan la Directiva 85/577/CEE, del Consejo, y la Directiva 97/7/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo.

Podríamos decir que la reforma operada en la Directiva 2005/29/CE busca tipificar conductas específicas vinculadas con la conducta del *greenwashing*, ampliando el listado de conductas desleales, con la intención de disuadir a las empresas. Por su parte, las modificaciones sufridas por la Directiva 2011/83/UE pretenden reforzar la protección al consumidor mediante el suministro de información más clara y detallada en el ámbito de la sostenibilidad tanto de las conductas empresariales como de los productos.

Dentro de las novedades aportadas a la Directiva 2005/29/CE, sin ánimo de exhaustividad, podemos destacar:

- *Obligaciones generales en materia de información*: Se modifica el artículo 6, apartado 1, de la Directiva 2005/29/CE para añadir características medioambientales y sociales y aspectos de circularidad a la lista de las principales características del producto con respecto a las cuales las prácticas del comerciante pueden considerarse engañosas, tras un análisis caso por caso. Las características medioambientales y sociales de un producto pueden entenderse en un sentido amplio, que incluye los aspectos, el impacto y el comportamiento medioambientales y sociales de un producto. En definitiva, la información aportada podrá referirse, en sentido

amplio, a características medioambientales o sociales o los aspectos de circularidad de un producto, como su durabilidad, reparabilidad o reciclabilidad.

- *Prohibición de afirmaciones no respaldadas en relación con la neutralidad climática*: Se modifica el artículo 6, apartado 2, de la Directiva 2005/29/CE para prohibir tales afirmaciones, tras un análisis caso por caso, cuando no estén respaldadas por compromisos y metas claros, objetivos, disponibles públicamente y verificables asumidos por el comerciante y recogidos en un plan de ejecución detallado y realista que muestre cómo se van a lograr dichos compromisos y metas y que destine recursos a tal fin. Dicho plan de ejecución debe incluir todos los elementos pertinentes necesarios para cumplir los compromisos, tales como recursos presupuestarios y avances tecnológicos, cuando proceda y de conformidad con el Derecho de la Unión. Esas afirmaciones también deben ser verificadas por un tercero experto, que debe ser independiente del comerciante, no tener conflictos de intereses, disponer de experiencia y competencia en cuestiones medioambientales y estar facultado para supervisar los avances del comerciante periódicamente en relación con los compromisos y las metas, incluidos los hitos para alcanzarlos. Los comerciantes deben garantizar que las conclusiones periódicas del tercero experto se encuentren a disposición de los consumidores.
- *Prohibición de anuncios irrelevantes para los consumidores sobre sostenibilidad*: La nueva redacción del artículo 6, apartado 2, de la Directiva 2005/29/CE busca evitar el anuncio de beneficios para los consumidores que son irrelevantes y que no están directamente relacionados con ninguna característica del concreto producto o empresa y que podrían inducir a los consumidores a creer erróneamente que dicho producto o empresa es más beneficioso para los consumidores, el medio ambiente o la sociedad que otros productos o empresas comerciales del mismo tipo, por ejemplo, al afirmar que una determinada marca de agua embotellada no contiene gluten o que las hojas de papel no contienen plástico.
- *Refuerzo de la objetividad en la publicidad comparativa*: El artículo 7 de la Directiva 2005/29/CE en su nueva redacción exige que los comerciantes suministren a los consumidores información sobre el método de comparación, sobre los productos objeto de la comparación y los proveedores de dichos productos y sobre las medidas aplicadas para mantener la información actualizada. De ese modo se debe garantizar que los consumidores tomen sus decisiones sobre transacciones mejor informados cuando se apoyen en tales comparaciones. Debe garantizarse que tales comparaciones sean objetivas, en particular, mediante la comparación de productos que cumplan la misma función, la utilización de un método e hipótesis comunes y la comparación de características fundamentales y verificables de los productos que se estén comparando.
- *Prohibición de la exhibición de distintivos de sostenibilidad no certificados*: Antes de exhibir un distintivo de sostenibilidad, el comerciante debe garantizar que, con arreglo a las condiciones disponibles públicamente del sistema de certificación, el

distintivo cumple unas condiciones mínimas de transparencia y credibilidad, incluida la existencia de una supervisión objetiva del cumplimiento de los requisitos del sistema. Debe efectuar dicha supervisión un tercero cuya competencia e independencia tanto del propietario del sistema como del comerciante estén garantizadas mediante normas técnicas y procedimientos internacionales, de la Unión Europea o nacionales, por ejemplo, demostrando el cumplimiento de las normas técnicas internacionales pertinentes, como la norma ISO 17065. No obstante, sigue siendo posible exhibir distintivos de sostenibilidad sin un sistema de certificación cuando dichos distintivos los establece una autoridad o cuando se utilizan formas adicionales de expresión y presentación de alimentos de conformidad con el artículo 35 del Reglamento (UE) n.º 1169/2011, del Parlamento Europeo y del Consejo.

- *Prohibición de afirmaciones genéricas relativas al medio ambiente:* Se prohíben aquellas afirmaciones que no impliquen un comportamiento medioambiental excelente y específico. Entre los ejemplos de afirmaciones medioambientales genéricas se incluyen: «respetuoso con el medio ambiente», «amigo del medio ambiente», «verde», «bueno para la naturaleza», «ecológico», «inocuo para el medio ambiente», «respetuoso con el clima», «delicado con el medio ambiente», «eficiente desde el punto de vista energético», «biodegradable», o declaraciones similares que sugieren o crean la impresión de un comportamiento medioambiental excelente. Estas afirmaciones medioambientales genéricas deben prohibirse cuando no pueda demostrarse ningún comportamiento medioambiental excelente reconocido. No obstante, no quedan prohibidas las afirmaciones específicas y que puedan ser verificadas (por ejemplo, «el 100 % de la energía utilizada para producir estos envases procede de fuentes renovables», siempre y cuando no se incurra en ninguna otra práctica de las mencionadas en este listado).
- *Prohibición de afirmaciones en relación con características parciales del producto o servicio:* Se añade a la lista de conductas del anexo I de la Directiva 2005/29/CE hacer una afirmación medioambiental sobre la totalidad del producto o sobre toda la empresa del comerciante, cuando en realidad solo se refiera a un determinado aspecto del producto o a una actividad específica y no representativa de la empresa del comerciante. Dicha prohibición se aplicaría, por ejemplo, a un producto que se comercialice como «fabricado con material reciclado», dando la impresión de que la totalidad del producto está hecha de material reciclado, cuando, en realidad, solo el envase se fabrica con material reciclado, o si el comerciante da la impresión de estar usando solo fuentes de energía renovable cuando, en realidad, varias de sus instalaciones empresariales siguen usando combustibles fósiles.
- *Prohibición de afirmar como un buen comportamiento ambiental lo que en realidad son obligaciones legales:* Se considera que debe prohibirse en cualquier circunstancia y, por tanto, añadirse a la lista del anexo I de la Directiva 2005/29/CE la presentación como característica distintiva de la oferta del comerciante de requisitos

impuestos por ley a todos los productos de la categoría de productos pertinente en el mercado de la Unión, incluidos los productos importados.

- *Prohibiciones relativas a la obsolescencia temprana:* En relación con la obsolescencia temprana, se prohíben las prácticas que induzcan al consumidor a sustituir o reponer los elementos fungibles de un producto antes de que sea necesario por razones técnicas. Asimismo, se impide afirmar falsamente que un bien tiene una durabilidad determinada en términos de tiempo o intensidad de uso en condiciones normales de uso.
- *Prohibición de ocultar información al consumidor sobre el hecho de que una actualización de software afectará negativamente al funcionamiento de bienes con elementos digitales o al uso de contenidos o servicios digitales.*

Por su parte, las modificaciones realizadas respecto a la Directiva 2011/83/UE, además de reforzar ciertos aspectos relativos a la información sobre la «reparabilidad» y los servicios postventa, van directamente vinculadas a la garantía comercial de durabilidad del productor en el sentido del artículo 17 de la Directiva (UE) 2019/771, concretamente a la necesidad de uso de *avisos y etiquetas armonizadas*. Es indudable que la garantía comercial de durabilidad del productor es un compromiso del productor con el consumidor sobre la durabilidad del bien. Por consiguiente, con el fin de informar a los consumidores sobre el hecho de que se ofrece una garantía de durabilidad para un bien concreto, dicha información debe proporcionarse al consumidor mediante una etiqueta armonizada.

Estas nuevas herramientas, como se establece en los nuevos artículos 22 bis y 27 bis de la Directiva 2011/83/UE, serán diseñadas y dotadas de contenido por la Comisión Europea, asistida por un comité.

El objetivo del *aviso armonizado* es recordar a los consumidores la existencia de la garantía legal de conformidad (en los términos establecidos por la Directiva (UE) 2019/771) y sus principales elementos, incluida su duración mínima de dos años y una referencia general a la posibilidad de que la duración de la garantía legal de conformidad sea superior en virtud del Derecho nacional. El aviso armonizado debe exhibirse de manera destacada, por ejemplo, en un cartel exhibido 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 bienes.

Por su parte, la *etiqueta armonizada* debe exhibirse de manera destacada y utilizarse de manera 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, colocando la etiqueta directamente en el envase de un bien concreto, exhibiéndola de manera destacada en el estante en el que se coloquen los productos cubiertos por dicha garantía o colocándola directamente junto a la imagen del bien en caso de venta en línea. Los *productores* que ofrezcan tales garantías comerciales de durabilidad pueden colocar la etiqueta armonizada directamente en el

bien de que se trate o en su envase, con el fin de disfrutar de una ventaja comercial. Por su parte, *los comerciantes que vendan bienes deben estar obligados, si el productor pone la información a disposición del comerciante, a informar a los consumidores sobre la existencia y la duración de la 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.* No debe exigirse al comerciante que busque activamente esta información del productor, por ejemplo, mediante búsquedas en los sitios web específicos de cada producto. Para evitar la confusión de los consumidores entre la garantía comercial de durabilidad y la garantía legal de conformidad, debe recordarse a los consumidores en la etiqueta armonizada que también disfrutan de la garantía legal de conformidad.

Como vemos, el foco de la Directiva contra el *Greenwashing* es buscar la transparencia informativa para el consumidor en el ámbito de transición ecológica en todos sus aspectos: desde la fabricación del producto hasta su durabilidad, pasando, claro está, por las afirmaciones sobre las propias prácticas globales de las empresas.

Aún queda un largo camino en este proceso, pero esta directiva es un paso importante a la par que razonable en el contexto actual. Ahora solo queda esperar que los consumidores, teniendo toda esta información, hagan las elecciones más adecuadas para la protección de los valores medioambientales y sociales que se propugnan.

Vanessa JIMÉNEZ SERRANÍA
Profesora Permanente Laboral
de Derecho Mercantil
Universidad de Salamanca
vserrania@usal.es