Comienza la era ’anti greenwashing’: qué cambia la directiva EmpCo

A falta de la trasposición a la ley española, el 27 de septiembre empezará a aplicarse la directiva que prohíbe utilizar de forma genérica términos como ECO o BIO.

Las empresas de la UE deberán aplicar desde el próximo día 27 la Directiva de Empoderamiento de los Consumidores para la Transición Ecológica (EmpCo). También conocida como directiva contra el greewashing, introduce cambios en la forma en que las empresas pueden comunicar sus compromisos de sostenibilidad y establece mayores requisitos para la utilización de sellos y alegaciones ambientales.

Proteger al consumidor

La directiva tiene como objetivo proteger a los consumidores de afirmaciones y etiquetas ambientales engañosas. Se prohíben términos como del ECO y BIO y también afirmaciones como respetuoso con el medio ambiente, ecológico, verde, sostenible o biodegradable, si se usan de forma genérica. Es decir, se introduce la exigencia de pruebas para poder usar estas palabras. Asimismo, pretender luchar contra la obsolescencia programada y ofrecer un garantía armonizada para toda la UE. "La norma no obliga a las empresas a ser sostenibles ni justas, sino a evitar afirmaciones ambientales genéricas. Si quieren comunicar que son sostenibles, tendrán que poder acreditarlo mediante certificaciones reconocidas y pruebas verificables", explica Álvaro Goicoechea, director Fairtrade Ibérica.

Los Estados miembros de la UE debían trasladar sus disposiciones a la legislación antes del 27 de marzo de este año, lo que no aún ha ocurrido en el caso de España. El Gobierno planea incorporarla a través del Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible, pero la trasposición acumula un retraso notable y se considera muy improbable que se produzca antes de que termine la legislatura, según fuentes cercanas. De esta forma, y al tratarse de una directiva y no de un reglamento, no tendría aplicación en España hasta que no se produzca.

Versión revisada

El Ministerio notificó una primera versión a principios de año, pero en marzo retiró el texto, coincidiendo con el informe de la CNMC que pedía revisar algunos puntos de la ley. En junio, volvió a notificar una versión revisada; pero aún faltan algunos trámites para su trasposición. "El anteproyecto no debe ir más allá de lo estrictamente exigido por las directivas que traspone. De lo contrario, como ya ha advertido la CNMC, se puede generar una sobrerregulación y duplicidades normativas respecto a otros Estados miembros que afectaría a la competitividad de las empresas españolas", destacan desde CEOE.

Certificaciones

En este nuevo escenario en el que se exigirán pruebas a las empresas que quieran difundir mensajes relacionados con el medio ambiente, las certificadoras jugarán un papel fundamental para avalarlos. "La certificación es una herramienta que ayuda a las empresas a acreditar sus compromisos y a cumplir con las exigencias de la ley.

La responsabilidad última del cumplimiento recae en la propia empresa, pero contar con una certificación le permite respaldar sus afirmaciones con criterios claros y verificables", detalla el director de Fairtrade Ibérica. Esta certificadora de productos de comercio justo aparece en más de 37.000 productos que se venden en 131 países y tendrá un papel destacado en este nuevo escenario.

A todas las industrias

Por sectores, y aunque todos se verán afectados por la futura norma, entre los más señalados destacan el textil, donde a menudo figuran etiquetas de material reciclado o sostenible; las compañías energéticas y fabricantes de vehículos, que promocionan alternativas de baja emisión o vuelos verdes; o la electrónica y electrodomésticos al regularse las promesas sobre durabilidad y reparabilidad. Sin olvidar la industria del consumo, posiblemente la más afectada. Como explican desde Nestlé, "llevamos tiempo trabajando para que nuestras comunicaciones ambientales sean claras, rigurosas y basadas en información verificable. La directiva supone una evolución del marco regulatorio europeo y hemos revisado nuestros criterios y procesos para adaptarlos", detalla el director de Supply Chain y Sostenibilidad de Nestlé España, Jordi Aycart.

Retos

En la práctica, añade Aycart, esto implica integrar estos requisitos en la forma en que trasladamos al consumidor los mensajes ambientales más que un cambio de enfoque. "Uno de los retos es aplicar los nuevos requisitos de forma homogénea en un entorno con múltiples marcas, categorías, mercados y canales de comunicación".

Para la patronal del gran consumo, Aecoc, la trasposición debe ser "coherente, proporcionada y alineada con la normativa europea, evitando diferencias regulatorias entre Estados miembros y garantizando un marco estable, predecible y homogéneo empresas y consumidores".

Fuente: Comienza la era 'anti greenwashing': qué cambia la directiva EmpCo