vinetur

La Unión Europea obliga a las empresas a demostrar sus alegaciones ambientales frente al greenwashing

La nueva directiva veta reclamos ecológicos sin pruebas independientes en productos, campañas o compromisos empresariales

viernes 25 de septiembre de 2026



La entrada en aplicación este viernes, 25 de septiembre, de la Directiva (UE) 2024/825, conocida como EmpCo, obliga en la Unión Europea a que las empresas puedan probar con evidencias verificables e independientes las alegaciones ambientales que utilicen para promocionar productos o compromisos corporativos. La norma limita también el uso de distintivos de sostenibilidad que no tengan una base acreditable y endurece las condiciones para anunciar objetivos ambientales futuros.

La organización Ecovalia considera que el cambio normativo refuerza la protección de los consumidores y da más valor a los sistemas de certificación sometidos a control. A su juicio, el nuevo marco reduce el margen para lanzar mensajes ambientales sin respaldo y favorece un mercado con reglas más claras para empresas y compradores.

La directiva actúa sobre una práctica conocida como greenwashing, que consiste en presentar como ecológicas o respetuosas con el medio ambiente actividades, productos o planes que no pueden probarse de forma suficiente. Con la nueva regulación, las afirmaciones sobre beneficios ambientales, mejoras de comportamiento medioambiental o compromisos de futuro deberán apoyarse en documentación comprobable. En el caso de los objetivos a medio o largo plazo, será necesario acompañarlos de planes concretos, mecanismos de seguimiento y procedimientos de verificación por terceros.

Ecovalia sostiene que ese cambio responde a una demanda de mayor transparencia en la información comercial. La organización afirma que la confianza del consumidor debe apoyarse en controles rigurosos, datos verificables y certificaciones reconocidas, y entiende que la nueva norma va en esa dirección al cerrar el paso a declaraciones ambiguas o engañosas.

En ese marco, Ecovalia defiende que la producción ecológica certificada parte con ventaja porque ya opera bajo una regulación europea específica y bajo sistemas de control obligatorios. La entidad sostiene que ese modelo es, a día de hoy, el único sistema agroalimentario que garantiza su cumplimiento mediante certificación y recuerda que en España existen más de 60.000 empresas ecológicas certificadas.

La organización vincula esa afirmación al Reglamento (UE) 2018/848, que rige la producción ecológica en la Unión Europea. Según expone, ese marco fija requisitos concretos y controles para los operadores, de modo que el sector certificado ya trabaja con exigencias que encajan con el nuevo escenario abierto por la Directiva EmpCo.

La aplicación de la norma europea afecta de forma directa a la comunicación comercial de fabricantes, distribuidores y marcas de alimentación, pero también a otros sectores que recurren a mensajes ambientales para diferenciar sus productos. A partir de ahora, no bastará con invocar una mejora ecológica o un compromiso de futuro si esa promesa no está respaldada por pruebas objetivas. Para el consumidor, la consecuencia práctica es que los reclamos ambientales deberán ser más precisos y estar sujetos a comprobación.

Ecovalia entiende que esa exigencia puede ayudar a separar mejor las iniciativas acreditadas de las meras declaraciones publicitarias. La organización cree que, cuando todas las empresas estén obligadas a justificar lo que comunican, ganarán peso los modelos que ya funcionan con auditorías, trazabilidad y controles externos.

La directiva europea todavía deberá adaptarse plenamente al ordenamiento español. En ese proceso, Ecovalia ha trasladado una propuesta al Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 para que la futura transposición recoja de forma expresa el reconocimiento de la producción ecológica certificada entre las prácticas ambientales avaladas. La entidad ve en ese trámite una ocasión para dar más claridad jurídica a las empresas que ya cumplen con sistemas de certificación reglados.

Ese punto es relevante para un sector agroalimentario en el que las referencias al impacto ambiental tienen cada vez más peso en la decisión de compra y en la estrategia de marca. La nueva regulación no prohíbe comunicar ventajas ambientales, pero sí obliga a hacerlo con respaldo documental y con controles independientes cuando sea necesario. Para las empresas, eso implica revisar mensajes, envases, campañas y compromisos públicos para ajustarlos a la norma. Para los consumidores, abre la puerta a comparar con más información y menos afirmaciones genéricas.

Ecovalia valora que la legislación europea avance hacia un sistema en el que las declaraciones ambientales deban probarse. La organización entiende que esa exigencia beneficia tanto a los compradores como a las iniciativas que acreditan de forma rigurosa sus compromisos ambientales, entre ellas la producción ecológica certificada.