

G R E E N W A S H I N G

Qué es y cómo evitarlo



AFIRMACIÓN MEDIOAMBIENTAL:

*“Todo mensaje o representación que no sea obligatorio con arreglo al Derecho de la Unión o al Derecho nacional, en cualquier forma, incluida la **representación textual, pictórica, gráfica o simbólica, tales como los distintivos, los nombres comerciales, los nombres de empresas o los nombres de productos**, en el contexto de una comunicación comercial, y que indique o implique que un producto, categoría de productos, marca o comerciante tiene un impacto positivo o nulo en el medio ambiente, es menos perjudicial para el medio ambiente que otros productos, categorías de productos, marcas o comerciantes, o ha mejorado su impacto a lo largo del tiempo.”*

GREENWASHING / ECOBLANQUEO:

*“Práctica que busca obtener una ventaja competitiva desleal comercializando un producto o servicio como respetuoso con el medio ambiente cuando, en realidad, la información **no es cierta** o **no se presenta de forma clara.**”*



PLASTICFREE

MISIÓN #PLASTICFREE

MISIÓN #PLASTICFREE

MISIÓN #PLASTICFREE

MISIÓN #PLASTICFREE

DEMOSVIDA A UN
HÀBITAT MEJOR

DEMOSVIDA A UN
HÀBITAT MEJOR

LEROY MERLIN
HÀBITAT MEJOR

PROGRAMA DE
SENSIBILIZACION
ECONOMICA

LEROY MERLIN
HÀBITAT MEJOR

LEROY MERLIN
HÀBITAT MEJOR

LEROY MERLIN
HÀBITAT MEJOR

LEROY MERLIN
HÀBITAT MEJOR

LEROY MERLIN
HÀBITAT MEJOR

Sevilla se mueve con energía... limpia
(autobús propulsado con Gas Natural Comprimido)

SALIDA DE EMERGENCIA

SENS

Volkswagen

TDI Clean
Diesel

Like really clean diesel.



**EUROPE'S
LOWEST FARES,
LOWEST EMISSIONS
AIRLINE**



Environment

[Environmental Policy](#)

[Monthly CO2 Report](#)

[First Climate](#)

[Renature Monchique](#)

[Native Woodland Trust](#)

RYANAIR MONTHLY CO² EMISSIONS REPORT

August

67g

CURRENT CO² PER PASSENGER PER KILOMETER

23%

Lower

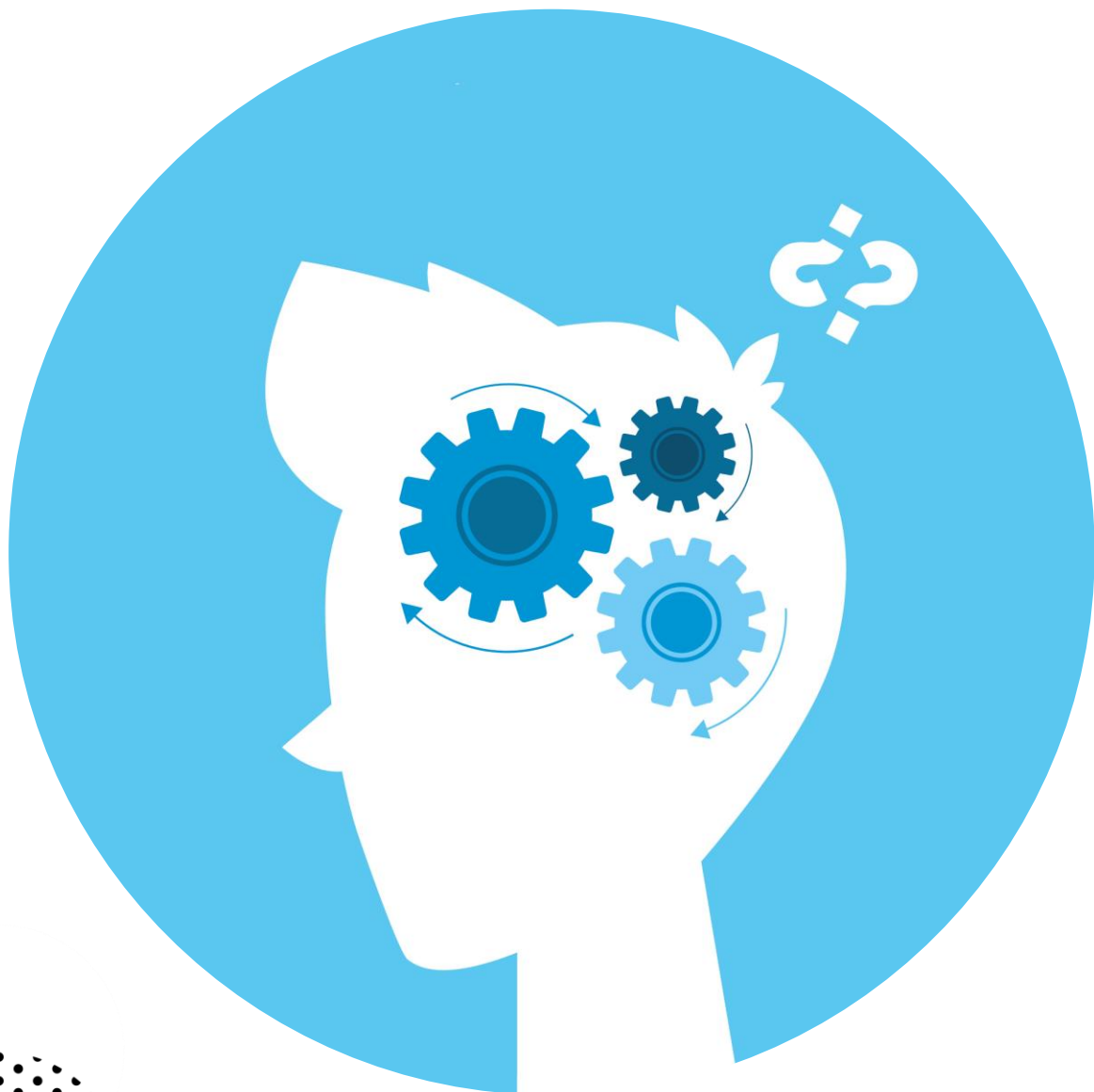
¿Por qué hay cada vez más?

1. Demanda de los consumidores de productos más responsables
2. Se han incrementado las ventas de productos orientados al medio ambiente
3. La demanda se mantiene pese a la recesión económica
4. No hay estándares de comunicación ambiental
5. Falta de regulaciones normativas gubernamentales (hasta ahora)





¿Cómo lo percibe el stakeholder?



Mensaje central

+

Su criterio sobre Responsabilidad
Ambiental

+

Su grado de confianza en las empresas

+

Reputación de la compañía

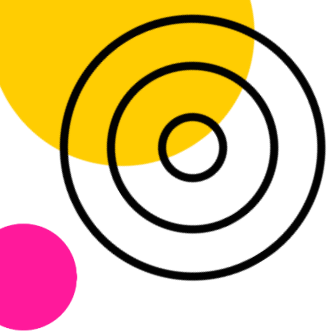
+

Entorno del negocio

+

Tono

Percepción como greenwashing o no



Evitando el greenwashing en la práctica



Lenguaje claro, simple y específico. Evitar el uso de conceptos generales.

Cuidado con las palabras

- Sostenible
- Eco-friendly
- Respetuoso con el medio ambiente
- Ecológico
- Verde
- Neutro en plásticos
- Responsable
- Consciente
- Eco
- Respetuoso con el clima
- Biodegradable
- Climáticamente neutro
- Inocuo en términos de carbono
- Libre de crueldad
- Correcto desde el punto de vista ambiental
- Respetuoso con el clima
- Eficiente desde el punto de vista energético

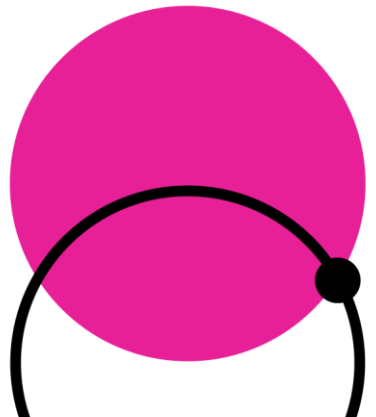
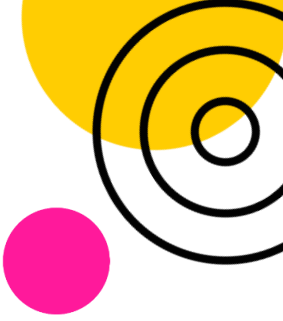


NOVEDAD



El 50% reciclado se refiere **sólo al film**, debería quedar claro y detallado.

Información relevante y útil





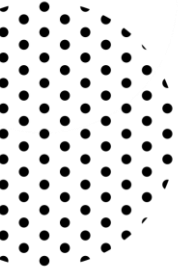
Información proporcional al
impacto y útil.

Ej. Una mejora de un 5% de
reducción de plástico en un
envase no es gran cosa, no
lo convertimos en el centro
de la campaña.

No ocultar información



Hay que matizar en qué condiciones es compostable o biodegradable





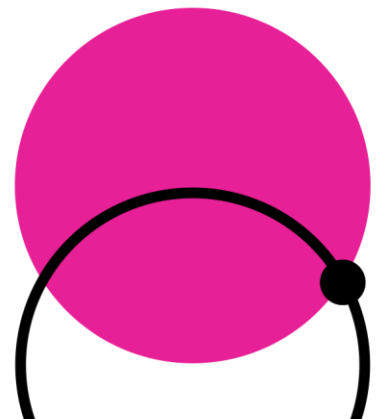
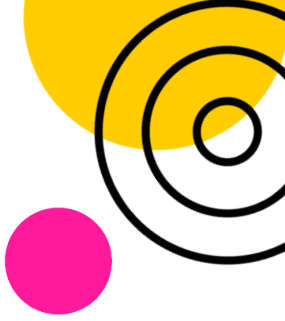
Cremas de verduras km 0 XXXXXXXXXX

800 x 534

[Visitar >](#)

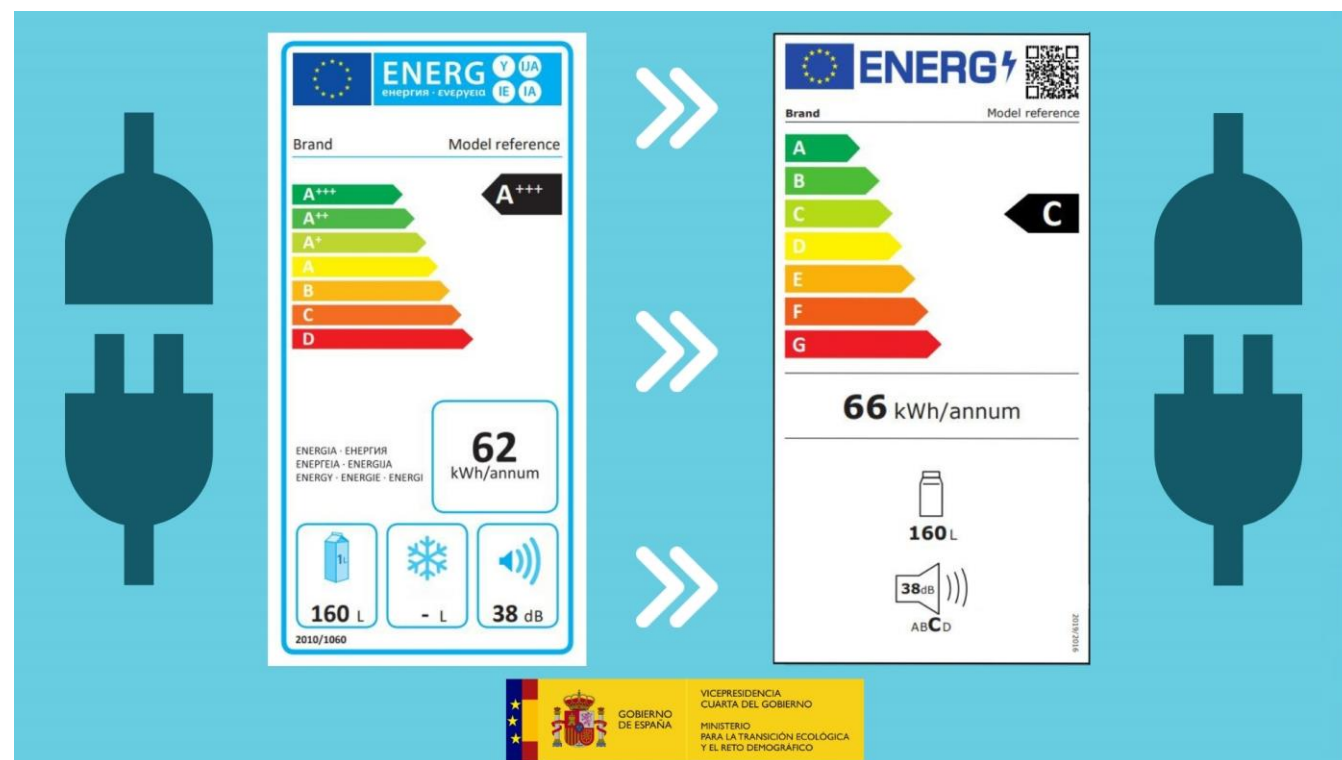
Km 0, ¿para quién?

**Información siempre
actualizada**

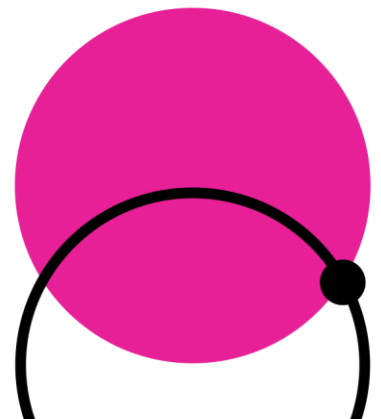
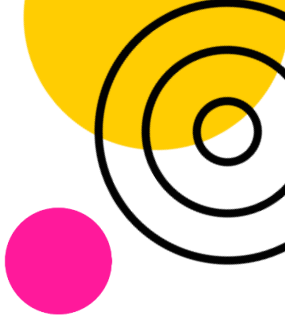
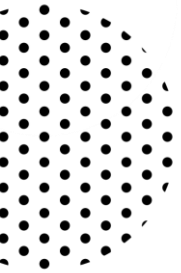


Tener siempre presente:

- Última legislación aplicable
- Actualización de nuestros datos
- Estudios más recientes



Comparaciones justas

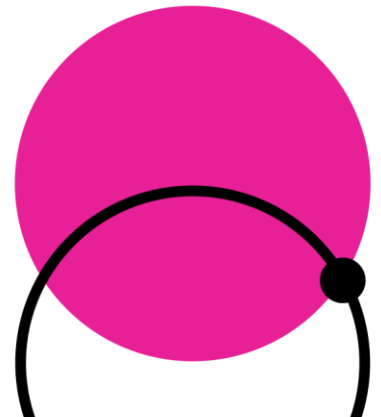
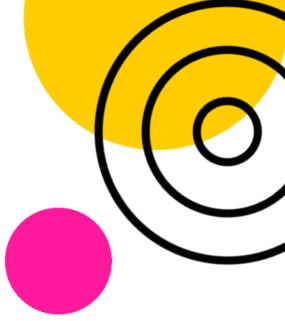
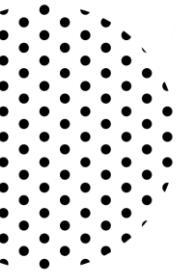


Criterios para hacer comparativas

- Usar la misma información de partida, los mismos datos y evaluar los mismos impactos
- El ciclo de vida de ambos debe ser el mismo
- Usar la misma metodología de comparación
- Explicar los resultados y mencionar el año de referencia



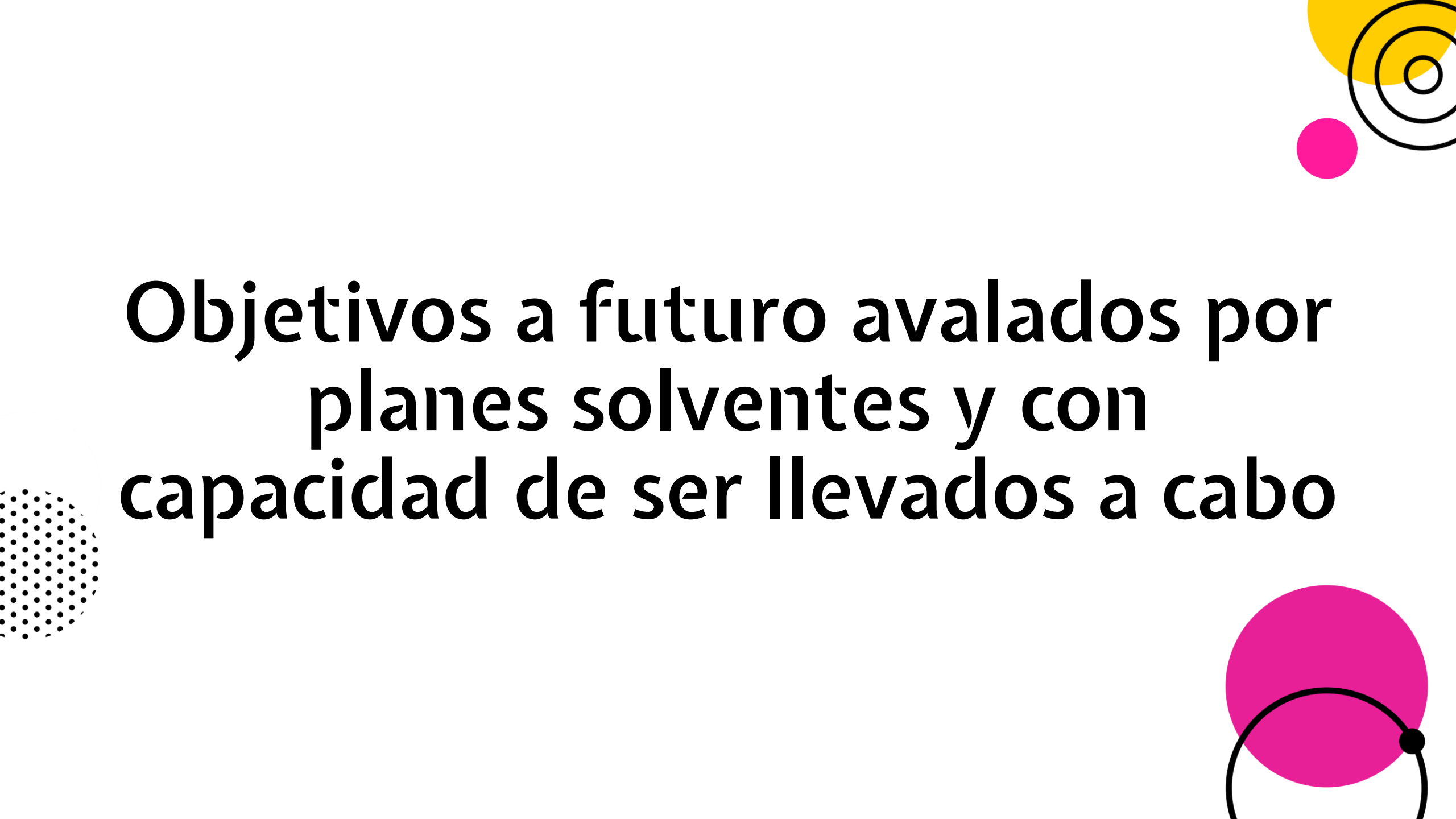
Información basada en estudios



Tener en cuenta

- Basado en pruebas científicas actualizadas
- Datos presentados de forma comprensible
- Facilitar los estudios al público (equilibrio para no saturar)
- Dar detalles sobre el estudio: herramientas, metodologías, fuentes (primarias siempre que sea posible), límites del sistema...





**Objetivos a futuro avalados por
planes solventes y con
capacidad de ser llevados a cabo**

Los compromisos y metas deben ser

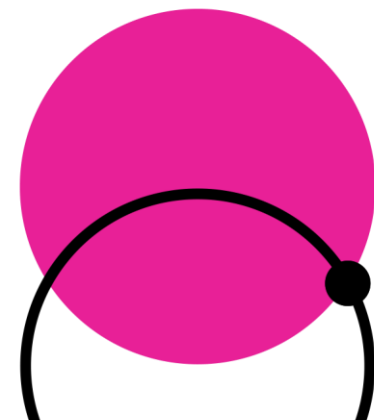
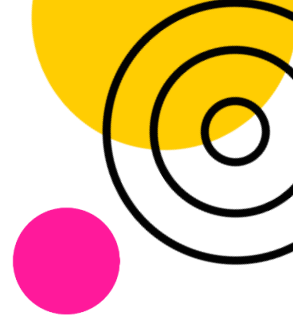
- Claros
- Objetivos
- Estar disponibles públicamente
- Medibles
- Con plazos concretos
- Con asignación de recursos
- Verificados por tercero experto independiente

PRESS RELEASE | 30 April 2024 | Brussels | 4 min read

Commission and national consumer protection authorities starts action against 20 airlines for misleading greenwashing practices

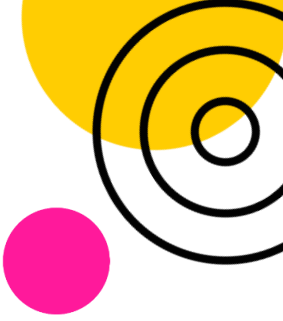
- creating the incorrect impression that paying an additional fee to finance climate projects with less environmental impact or to support the use of alternative aviation fuels can reduce or fully counterbalance the CO2 emissions;
- using the term “sustainable aviation fuels” (SAF) without clearly justifying the environmental impact of such fuels;
- using the terms “green”, “sustainable” or “responsible” in an absolute way or use other implicit green claims;
- claiming that the airline is moving towards net-zero greenhouse gas emissions (GHG) or any future environmental performance, without clear and verifiable commitments, targets and an independent monitoring system;
- presenting consumers with a “calculator” for the CO2 emissions of a specific flight, without providing sufficient scientific proof on whether such calculation is reliable and without the information on the elements used for such calculation;
- presenting consumers with a comparison of flights regarding their CO2 emissions, without providing sufficient and accurate information on the elements the comparison is based on.

**Si lo exige la ley no es
una ventaja**





Los CFCs están **prohibidos desde 1995**



Cosmética natural sin microplásticos

¿Hay microplásticos en la cosmética [redacted]?

Como fabricantes de cosmética natural certificada producimos nuestro surtido completo de cosmética [redacted] sin microplásticos. En la cosmética convencional se utilizan plásticos en forma sólida, p. ej., como cuerpos abrasivos para dentífricos, o bien como componentes líquidos de cosmética decorativa para maquillar la piel. En su lugar utilizamos caolín (arcilla blanca) en nuestros dentífricos [redacted] y sílice como mineral natural limpiador, así como ceras, aceites y diferentes minerales para los productos de maquillaje.

Cosmética [redacted] sin microplásticos: una selección



Crema Limpiadora



Crema de Ducha



Champú

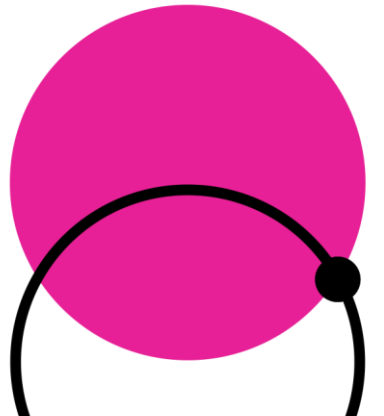
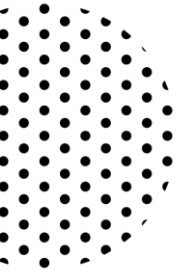
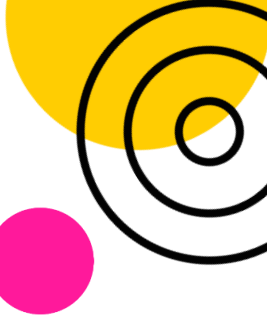
Sellos basados en sistemas de certificación

Pendiente de aprobación, pero...

- Etiquetas o sellos establecidos por **autoridades públicas** o sistemas de certificación reconocidos
- Sistemas **fiables y transparentes**
- De fácil comprensión
- **No autodeclaraciones** (etiquetas Tipo II – ISO 14021)



Alegaciones climáticas

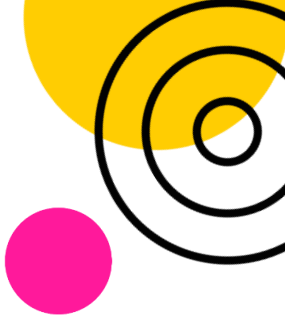




Evitar crear la falsa impresión de que el uso del producto carece de impacto desde el punto de vista climático, especialmente cuando esto **dependa de compensaciones.**

Commission and national consumer protection authorities starts action against 20 airlines for misleading greenwashing practices

- creating the incorrect impression that paying an additional fee to finance climate projects with less environmental impact or to support the use of alternative aviation fuels can reduce or fully counterbalance the CO2 emissions;
- using the term “sustainable aviation fuels” (SAF) without clearly justifying the environmental impact of such fuels;
- using the terms “green”, “sustainable” or “responsible” in an absolute way or use other implicit green claims;
- claiming that the airline is moving towards net-zero greenhouse gas emissions (GHG) or any future environmental performance, without clear and verifiable commitments, targets and an independent monitoring system;
- presenting consumers with a “calculator” for the CO2 emissions of a specific flight, without providing sufficient scientific proof on whether such calculation is reliable and without the information on the elements used for such calculation;
- presenting consumers with a comparison of flights regarding their CO2 emissions, without providing sufficient and accurate information on the elements the comparison is based on.





ENVIRALL

● Transformación Sostenible

Paula Baldó de Andrés - paulabaldo@envirall.es

¡Muchas gracias!