

Más de 20 organizaciones demandan al Ministerio de Consumo medidas urgentes para frenar el lavado verde

Madrid, 1 de marzo

Las organizaciones, entre las que se encuentra la Federación de Consumidores y Usuarios CECU, piden en una carta conjunta que se tomen acciones para que las personas consumidoras dejen de recibir publicidad falsa sobre productos “verdes” o “sostenibles” y reclaman al Ministerio de Consumo la **urgencia de crear un Observatorio para el control del lavado verde.**

En un contexto de cambio climático y crisis ecológica, se necesitan medidas significativas y urgentes. Las personas consumidoras están cambiando sus modos de vida y hábitos de consumo ante la emergencia climática, sin embargo, necesitan que los productos cuenten con una garantía real de que han sido producidos de manera sostenible y justa y que además estén al alcance de todas las personas. Según el **Estudio Global de Sostenibilidad de 2021 (Simon-Kucher & Partners)**, el 85 % de las personas ha cambiado su comportamiento de compra para ser más sostenible, siendo España el tercer país más concienciado. Un 35% de la población ha realizado algún cambio en sus hábitos con el fin de ser más respetuoso con el medioambiente.

Las entidades denuncian el bombardeo del marketing verde o lavado verde en la publicidad y etiquetado, que viene determinado por el vacío legal existente en la publicidad y las posibilidades de patrocinio, con mucha influencia de grandes empresas financiadoras de cátedras e informes. En cualquier superficie comercial se pueden encontrar numerosos productos que se presentan como “verdes” o “sostenibles”, sin que exista evidencia comprobable de tales afirmaciones ni haber realizado cambios en los modos de producción o en las políticas internas de la empresa.

No se puede dejar la responsabilidad de reconocer este marketing falso en las personas consumidoras. **Se necesitan medidas que protejan a la población de estas estrategias de las empresas y corporaciones**, por ello las organizaciones firmantes solicitan al Ministerio de Consumo la creación de un Observatorio para el control del lavado verde y la prohibición de aquellas declaraciones medioambientales que carezcan de demostración científica:

1. Prohibición de las afirmaciones medioambientales que carecen de demostración científica. Creación de una lista negra con aquellas declaraciones que son imposibles de demostrar, para que sean prohibidas y eliminadas del mercado. El objetivo es que las afirmaciones sobre sostenibilidad que se encuentren en el mercado cuenten con comprobación y el respaldo de expertos independientes, a la vez que apliquen la metodología de un análisis del ciclo de vida completo como soporte de las declaraciones generales.

Un primer paso para conseguir estos objetivos es prohibir aquellas declaraciones que sabemos imposibles de demostrar y que generan una falsa sensación de que el producto es ecológico. Por ejemplo: aquellas ambiguas y generalistas que carecen de acuerdo científico sobre su contenido como "verde", "amigable/respetuoso con el medioambiente" o "sostenible", "biodegradable", "cero emisiones" "neutro en carbono", "bioplástico".

2. Observatorio contra el lavado verde. Creación de un órgano u organismo público de ámbito estatal para el control del lavado verde con las siguientes competencias:

- i)** elaborar campañas de sensibilización para la identificación del marketing verde;
- ii)** denunciar ante las autoridades administrativas o judiciales oportunas la publicidad falsa o engañosa que confunda a las personas consumidoras. Este deberá contar con la guía de las organizaciones sociales (ecologistas, de consumidoras, de periodistas y movimientos sociales) y expertas independientes. Garantizando así un espacio de gobernanza donde todas puedan participar en la implementación y el seguimiento de las medidas y en su adecuada aplicación frente a los lobbies empresariales;
- iii)** sugerir la creación de normas o capacidad para intervenir en la modificación de las existentes que tengan relación al lavado verde;

iv) cualquier otra que fuera precisa en defensa del interés general de las personas consumidoras.

España ostentará la presidencia Española de la UE en el segundo semestre de este año, coincidiendo con el debate sobre el nuevo paquete legislativo europeo sobre esta materia. **La Directiva de empoderamiento de las personas consumidoras en la transición verde, pese a las carencias de la propuesta de la Comisión, es una buena oportunidad para poner freno a estas prácticas tan perjudiciales.**

Las organizaciones piden al Ministerio de Consumo que tome la iniciativa en esta materia y marque un precedente de cara a la negociación de esta directiva.

Ponemos a vuestra disposición portavoces para declaraciones.

Nieves Rodeiro -Comunicación, CECU

Más info: comunicacion@cecu.es / 657 50 47 12

ORGANIZACIONES FIRMANTES:

Federación de consumidores y usuarios CECU

Amigos de la Tierra

Ecologistas en Acción

Greenpeace

UGT

CCOO

Fundación Renovables

AERESS

Plataforma por un nuevo modelo energético

Carro de combate

Fundación Vida Sostenible

Fundación COPADE - Comercio para el Desarrollo

Transport & Environment

One Day in 2050

ONGAWA, Ingeniería para el Desarrollo Humano

Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES)

Asociación de Consumidores de la Región de Madrid (ACUREMA)

**Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Aragón
(FACU)**

**Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria
(AERESS)**

Taula de l'aigua de Terrassa

TIEBEL Servicios de inserción

Magerit Abogados

Traperos de Emaús Huelva

EKA/ACUV Asociación de personas consumidoras y usuarias vasca