

Estudios de Deusto

Revista de Derecho Público

Vol. 73/2 julio-diciembre 2025

DOI: <https://doi.org/10.18543/ed7322025>

MONOGRÁFICO

MÁS VERDE DE LO QUE PARECE: LA DIRECTIVA (UE) 2024/825 FRENTE AL ‘GREENWASHING’ CORPORATIVO. REGULACIÓN, RETOS, Y LITIGACIÓN EN LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Greener than it looks: the (EU) Directive 2024/825 against corporate greenwashing. Regulation, challenges, and litigation in the green transition

Rafael Valentín-Pastrana Aguilar

Profesor Ayudante Doctor del Área Historia del Derecho y las Instituciones
Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. España
<https://orcid.org/0000-0001-8023-0153>

<https://doi.org/10.18543/ed.3454>

Fecha de recepción: 23.09.2025

Fecha de aprobación: 16.12.2025

Fecha de publicación en línea: diciembre 2025

Derechos de autoría / Copyright

Estudios de Deusto. Revista de Derecho Público es una revista de acceso abierto, lo que significa que es de libre acceso en su integridad. Se permite su lectura, la búsqueda, descarga, distribución y reutilización legal en cualquier tipo de soporte sólo para fines no comerciales, sin la previa autorización del editor o el autor, siempre que la obra original sea debidamente citada y cualquier cambio en el original esté claramente indicado.

Estudios de Deusto. Revista de Derecho Público is an Open Access journal which means that it is free for full access, reading, search, download, distribution, and lawful reuse in any medium only for non-commercial purposes, without prior permission from the Publisher or the author; provided the original work is properly cited and any changes to the original are clearly indicated.

Estudios de Deusto. Revista de Derecho Público

© Universidad de Deusto • ISSN 0423-4847 • ISSN-e 2386-9062, Vol. 73/2, julio-diciembre 2025
<http://www.revista-estudios.deusto.es/>

MÁS VERDE DE LO QUE PARECE: LA DIRECTIVA (UE) 2024/825 FRENTE AL ‘GREENWASHING’ CORPORATIVO. REGULACIÓN, RETOS, Y LITIGACIÓN EN LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Greener than it looks: the (EU) Directive 2024/825 against corporate greenwashing. Regulation, challenges, and litigation in the green transition

Rafael Valentín-Pastrana Aguilar¹

Profesor Ayudante Doctor del Área Historia del Derecho y las Instituciones
Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. España
<https://orcid.org/0000-0001-8023-0153>

<https://doi.org/10.18543/ed.3454>

Fecha de recepción: 23.09.2025

Fecha de aprobación: 16.12.2025

Fecha de publicación en línea: diciembre 2025

Resumen

La transición ecológica en Europa exige no solo innovación tecnológica y energética, sino también un marco jurídico eficaz que proteja a los consumidores frente a prácticas engañosas vinculadas a la sostenibilidad. En este contexto, la Directiva (UE) 2024/825 representa un avance normativo significativo en la lucha contra el *greenwashing*, al imponer restricciones claras sobre el uso de afirmaciones medioambientales no verificadas, etiquetas autoatribuidas y publicidad confusa. Este artículo pretende analizar el contenido, alcance y objetivos de esta nueva directiva, así como su carácter complementario con otras iniciativas de la Unión, como la Directiva sobre Alegaciones Ambientales y Ecológicas (*Green Claims Directive*) y la legislación sobre sostenibilidad empresarial. Asimismo, se abordan las posibles acciones legales

¹ Email: rafael.vpastrana@urjc.es

y litigación estratégica derivadas del incumplimiento de la normativa, con especial atención a los mecanismos de reclamación individual y colectiva, y al papel emergente de las ONGs y competidores comerciales como actores en la denuncia del ecoblanqueo. A partir de una metodología jurídico-doctrinal y del estudio de casos recientes, como el litigio entre Iberdrola y Repsol en España, se identifican los principales desafíos de implementación, las críticas regulatorias y los efectos prácticos en sectores clave. Finalmente, se ofrecerán propuestas para reforzar el *enforcement* y garantizar que la sostenibilidad no sea un simple discurso vacío, sino una práctica jurídica verificable y protegida.

Palabras Clave

Greenwashing, Unión Europea, Derecho del Consumidor, litigación climática, Derecho de la Competencia.

Abstract

The green transition in Europe requires not only technological and energy innovation, but also an effective legal framework to protect consumers against misleading practices linked to sustainability. In this context, Directive (EU) 2024/825 represents a significant regulatory advance in the fight against greenwashing by imposing clear restrictions on the use of unverified environmental claims, self-attributed labels and misleading advertising. This article aims to analyze the content, scope and objectives of this new directive, as well as its complementary nature with other EU initiatives, such as the Green Claims Directive and legislation on corporate sustainability. It also addresses the possible legal actions and strategic litigation arising from non-compliance with the regulations, with special attention to the mechanisms for individual and collective claims, and the emerging role of NGOs and commercial competitors as actors in the denunciation of eco-laundering. Based on a legal-doctrinal methodology and the study of recent cases, such as the litigation between Iberdrola and Repsol in Spain, the main implementation challenges, regulatory criticisms and practical effects in key sectors are identified. Finally, proposals will be offered to strengthen enforcement and ensure that sustainability is not just an empty discourse, but a verifiable and protected legal practice.

Keywords

Greenwashing, European Union, consumer law, climate litigation, competition law.

Sumario: I. INTRODUCCIÓN: EL *GREENWASHING* COMO OBSTÁCULO SISTÉMICO A LA TRANSICIÓN VERDE. II. *GREENWASHING*: CONCEPTO, PRÁCTICAS Y TIPOLOGÍAS. 1. Definiciones doctrinales y regulatorias. 2. Principales formas de *greenwashing*: neutralidad climática engañosa, etiquetas dudosas, obsolescencia verde. III. EVOLUCIÓN NORMATIVA: HACIA UNA REGULACIÓN EUROPEA DEL ECOBLANQUEO. 1. De la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales a la Directiva 2024/825. 2. Proceso legislativo: propuesta y aprobación. 3. Relación con otras iniciativas: Green Claims Directive, CSRD, *Ecodesing*, CSDDD. IV. CONTENIDO SUSTANCIAL DE LA DIRECTIVA. 1. Prohibición de alegaciones genéricas sin justificación. 2. Requisitos para las etiquetas ecológicas y certificaciones verificables. 3. Obligación de verificación previa e independiente. 4. Información obligatoria al consumidor sobre durabilidad, reparabilidad y huella ecológica. 5. Sanciones y medidas coercitivas. V. RECLAMACIONES Y LITIGACIÓN FRENTE AL *GREENWASHING* CORPORATIVO. 1. Acciones individuales y colectivas en defensa del consumidor. 2. Potencial de litigación estratégica por ONGs y competencia empresarial. 3. El Caso Repsol-Iberdrola y otros ejemplos europeos. 4. Pruebas, defensa posible y riesgo reputacional. VI. CONCLUSIONES. VII. REFERENCIAS.

I. INTRODUCCIÓN: EL *GREENWASHING* COMO OBSTÁCULO SISTÉMICO A LA TRANSICIÓN VERDE

La transición ecológica exige una transformación profunda del modelo económico y productivo hacia formas sostenibles de consumo, producción y financiación. Sin embargo, este cambio estructural se ve obstaculizado por prácticas empresariales que distorsionan la percepción pública de la sostenibilidad.

Entre ellas, el *greenwashing* (De Freitas Netto, 2020), conocido en castellano y al que haremos mención en este artículo como “ecolavado” o “ecoblanqueo” se ha consolidado como una amenaza sistémica: consiste en la adopción superficial o engañosa de narrativas medioambientales con el objetivo de mejorar la imagen corporativa sin modificar sustancialmente las prácticas que generan impacto ambiental.

Lejos de tratarse de episodios aislados, el *greenwashing* es una manifestación estructural de la brecha entre discurso y acción en materia climática. Su proliferación compromete no solo la integridad del mercado, sino también la confianza de los consumidores, el diseño de políticas públicas eficaces y, en última instancia, el éxito de la transición ecológica.

Permitir que se consoliden estas prácticas erosiona la competencia leal, debilita los incentivos a la innovación sostenible y perpetúa la opacidad corporativa.

Pensar que las grandes compañías solo realizan esta labor con las alegaciones sobre cumplimiento con premisas favorables al ecologismo, sería ser muy inocentes. Existen otras prácticas muy semejantes, como (*i*) el *Pinkwashing* (Sánchez-Soriano & Jiménez, 2020), que se define como el uso del apoyo aparente a la comunidad LGBTQ+ como estrategia de marketing o relaciones públicas, sin un compromiso genuino con los derechos o la inclusión de esta comunidad; (*ii*) el *Purplewashing* (Melen-Lamalle, 2023), similar al anterior, pero relacionado exclusivamente con el feminismo o los derechos de las mujeres. Ocurre cuando una entidad promueve una imagen de compromiso con la igualdad de género sin actuar realmente en consecuencia; o (*iii*) el *Sportwashing* (Chadwick & Widdop, 2023), que es el uso del deporte, ya sea a través de patrocinios, organización de eventos, o propiedad de clubes, para desviar la atención de abusos a los derechos humanos, corrupción u otras prácticas cuestionables.

Adicionalmente a estos existen algunos otros ejemplos más minoritarios, como el *Bluemwashing* o el *Artwashing*, que se caracterizan por el uso de alianzas con la ONU o adopción superficial de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante, ODS) para proyectar responsabilidad social o ética empresarial, o el uso del arte, pero sin pretender o articular cambios reales.

El término *greenwashing*, acuñado en la década de 1980, describe estrategias de comunicación corporativa que exageran o falsifican el compromiso medioambiental de una empresa, producto o servicio.

En su forma más evidente, conlleva afirmaciones directamente falsas, pero en su modalidad más sofisticada adopta formas sutiles, como el uso ambiguo de etiquetas “verdes”, referencias vagas a la sostenibilidad o el uso estratégico del silencio para omitir impactos negativos.

Muchas otras veces, se limita a dar por hecho que un determinado producto o servicio tiene poco o ningún impacto medioambiental, basado en las presunciones del consumidor medio, por mucho que sean afirmaciones sin sustento alguno, o directamente se aprovechen de esas presunciones para transmitir información falsa.

La importancia de abordar el *greenwashing* (Yang, 2020) radica en su efecto de distorsión, ya que impide que los consumidores tomen decisiones informadas, desincentiva a las empresas que implementan cambios reales y dificulta la evaluación del progreso colectivo hacia los objetivos climáticos.

El interés por el *greenwashing* no se limita a un fenómeno comunicacional o de imagen; más bien, constituye una problemática estructural que afecta la eficacia de las políticas de sostenibilidad, la transparencia de los mercados y la capacidad de los consumidores y ciudadanos para tomar decisiones informadas.

Parte de la doctrina como Delmas y Burbano (Delmas y Burbano, 2011) o Lyon y Montgomery (Lyon & Montgomery, 2015) han demostrado que el *greenwashing* no solo distorsiona el comportamiento del consumidor, sino

que también genera “externalidades reputacionales” que afectan negativamente a aquellas empresas que adoptan estrategias de sostenibilidad genuinas. En otras palabras, cuando las afirmaciones ambientales se banalizan o se convierten en mera retórica, se erosiona la legitimidad del compromiso ecológico en su conjunto.

Desde una perspectiva institucional, el *greenwashing* revela las tensiones entre la autorregulación corporativa y la necesidad de marcos normativos robustos. En ausencia de criterios estandarizados y verificables, muchas declaraciones ambientales carecen de sustento empírico, lo que dificulta la rendición de cuentas.

Esto ha llevado a organismos como la Unión Europea a desarrollar iniciativas regulatorias orientadas a combatir estas prácticas, como la Directiva sobre Alegaciones Ambientales y Ecológicas (*Green Claims Directive*) o la regulación sobre finanzas sostenibles, que buscan establecer un lenguaje común y verificable en torno a la sostenibilidad corporativa.

Asimismo, el fenómeno del *greenwashing* tiene implicaciones éticas profundas. Desde una óptica de justicia ambiental, puede considerarse una forma de apropiación simbólica del discurso ecológico por parte de actores que no modifican sustancialmente sus prácticas productivas, perpetuando así modelos extractivistas o intensivos en carbono bajo una apariencia de responsabilidad.

Este uso instrumental de la retórica “verde” puede invisibilizar luchas sociales, desplazar la atención de verdaderos agentes de cambio y reforzar lógicas de mercado que priorizan la reputación sobre la transformación estructural.

En este aspecto, la Unión Europea ha asumido un liderazgo global en materia de regulación climática y sostenibilidad empresarial. A través del Pacto Verde Europeo (*European Green Deal*) y su agenda legislativa asociada desde el año 2019, la UE busca alinear sus políticas económicas con los objetivos de neutralidad climática para 2050 (Randazzo y Perozzi, 2023). En este marco, la transparencia corporativa y la lucha contra el *greenwashing* se han convertido en piezas clave del diseño normativo de la Unión.

La Directiva (UE) 2024/825, adoptada el 28 de febrero de 2024, se enmarca en esta lógica de gobernanza proactiva. Su objetivo es proteger a los consumidores frente a prácticas comerciales engañosas con implicaciones medioambientales, estableciendo límites concretos a las alegaciones ecológicas no verificadas y reforzando la rendición de cuentas empresarial.

En este sentido, esta Directiva representa no solo un instrumento técnico, sino también un gesto político que reafirma el papel de la UE como garante de un mercado justo, informado y compatible con la transición ecológica.

Ante esta situación de desafío, la Unión Europea ha asumido un papel proactivo en la regulación y supervisión de las comunicaciones ambientales

empresariales. Como actor normativo clave en la gobernanza ambiental global, la UE ha integrado la lucha contra el *greenwashing* en el marco de su Pacto Verde Europeo y reforzando políticas de transparencia, etiquetado ecológico y verificación científica de las alegaciones verdes.

Iniciativas como la ya mencionada propuesta de Directiva sobre Alegaciones Ambientales y Ecológicas o la reforma de la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales reflejan el compromiso de la Unión por establecer un entorno regulado que permita a los consumidores tomar decisiones informadas y basadas en datos verificables, y no en simples alegaciones vacías.

En este artículo trataremos de analizar todas las circunstancias que rodean al *greenwashing*, para poderle dar un tratamiento completo, ya que el ecolavado debe ser comprendido no como una simple estrategia de comunicación empresarial, sino como un fenómeno con profundas implicaciones normativas, económicas y sociales.

Su análisis crítico resulta indispensable para comprender las limitaciones del actual paradigma de sostenibilidad empresarial y para avanzar hacia modelos de gobernanza ambiental más transparentes, justos y eficaces.

II. GREENWASHING: CONCEPTO, PRÁCTICAS Y TIPOLOGÍAS

1. Definiciones doctrinales y regulatorias

El término *greenwashing*, que no deja de ser una contracción de *green* (verde) y *whitewashing* (encubrimiento), se ha consolidado como un concepto crítico en el análisis de la comunicación empresarial ambiental.

Aunque no existe una definición jurídica unificada a nivel internacional, su significado ha sido objeto de numerosas aproximaciones doctrinales. En términos generales, el *greenwashing* puede definirse como el uso de alegaciones ambientales engañosas, exageradas o no verificables por parte de organizaciones, con el objetivo de proyectar una imagen pública más sostenible de lo que sus prácticas reales justifican.

Desde el ámbito académico, los ya citados Delmas y Burbano definen el *greenwashing* como “la divergencia entre la comunicación ambiental positiva de una empresa y su desempeño ambiental real”. Esta definición pone de relieve la dimensión estratégica y reputacional del fenómeno, así como su potencial para inducir a error a los consumidores.

Por su parte, Lyon y Montgomery subrayan que el *greenwashing* no solo implica falsedad o exageración, sino también opacidad, omisión selectiva de información y uso instrumental de indicadores o certificaciones ambientales.

En la esfera regulatoria, el reconocimiento formal del *greenwashing* ha sido relativamente reciente, aunque se han producido avances significativos en los últimos años, especialmente en el ámbito de la Unión Europea.

Hasta hace poco, la mayoría de las jurisdicciones abordaban el *greenwashing* a través de normas generales sobre publicidad engañosa o competencia desleal. Sin embargo, este enfoque resultaba insuficiente para capturar la especificidad técnica y simbólica de las afirmaciones ambientales en contextos de transición ecológica.

Por su parte, la Unión Europea ha comenzado a abordar el *greenwashing* de forma explícita. En particular, la Propuesta de Directiva sobre Alegaciones Ambientales y Ecológicas busca establecer criterios claros para las declaraciones verdes, exigiendo que las afirmaciones ambientales estén fundamentadas en pruebas científicas, verificadas por terceros y fácilmente comprensibles para el consumidor medio.

Además, la lucha contra el *greenwashing* se inserta en una estrategia más amplia de sostenibilidad corporativa liderada por la UE, que incluye instrumentos como el Reglamento de Taxonomía de Finanzas Sostenibles (Reglamento 2020/852), la Directiva sobre Información de Sostenibilidad Corporativa (CSRD) y las propuestas de regulación de la diligencia debida en cadenas de suministro. Todos estos marcos buscan crear un entorno normativo en el que la sostenibilidad no sea solo una narrativa de marketing, sino un compromiso operativo sujeto a evaluación y control.

2. *Principales formas de greenwashing: neutralidad climática engañosa, etiquetas dudosas, obsolescencia verde*

El *greenwashing* adopta múltiples formas, muchas de ellas cada vez más sofisticadas y difíciles de detectar por los consumidores y reguladores. A continuación, se destacan algunas de las más frecuentes y relevantes en el contexto actual:

2.2.1. Neutralidad climática engañosa

Una de las formas más extendidas de *greenwashing* consiste en la proclamación de compromisos de “cero emisiones netas” o “neutralidad climática” sin respaldo técnico suficiente. Muchas empresas afirman haber reducido su huella de carbono mediante mecanismos de compensación (por ejemplo, reforestación o compra de créditos de carbono) que carecen de verificación independiente o eficacia a largo plazo. Estas declaraciones, si bien legalmente ambiguas, pueden generar una percepción distorsionada sobre el impacto ambiental real de una organización o producto.

En teoría, la neutralidad climática implica que una entidad logra equilibrar la cantidad de emisiones que genera con la misma cantidad de emisiones absorbidas o compensadas, alcanzando un balance neto igual a cero. Sin embargo, en la práctica, muchas iniciativas recurren de manera

desproporcionada a mecanismos de compensación de carbono (como la compra de créditos de reforestación o proyectos de energía renovable en terceros países) en lugar de realizar reducciones directas y profundas en sus procesos productivos, cadenas de suministro o modelos de negocio (San Martín Calvo, 2024).

Diversos estudios y organismos internacionales han señalado (Suanzes Díez y Calvo Carmona, 2023) que este tipo de prácticas no solo generan confusión en los consumidores y en la opinión pública, sino que también retrasan la transición hacia una economía baja en carbono, al legitimar estrategias insuficientes bajo un halo de responsabilidad ambiental. Por ello, se plantea la necesidad de marcos regulatorios más estrictos y de estándares internacionales que definan de manera clara y exigente qué significa realmente alcanzar la neutralidad climática.

2.2.2. Etiquetas dudosas o autocertificaciones

Otra práctica común es el uso de sellos ecológicos, logotipos o etiquetas “verdes” no reguladas ni auditadas por organismos independientes. Estas insignias, que apelan visualmente a la sostenibilidad, pueden carecer de significado técnico o estar basadas en criterios arbitrarios definidos por la propia empresa. Esta forma de *greenwashing* explota el déficit de alfabetización ecológica de los consumidores y la proliferación de certificaciones privadas no normalizadas.

En muchos casos, las empresas diseñan sus propias etiquetas o declaraciones con términos como “eco”, “verde”, “amigable con el ambiente” o “100 % natural”. Sin embargo, la falta de estándares reconocidos que regulen el empleo de estas denominaciones puede inducir a error al consumidor, generando la impresión de que el producto o servicio cumple con altos niveles de sostenibilidad, cuando en realidad la evidencia que lo sustenta es limitada o inexistente.

Las autocertificaciones refuerzan este problema, ya que son sistemas en los que la misma organización establece los criterios y se declara cumplidora de ellos, sin una verificación externa (Downie y Deckker, 2024). En contraste, las certificaciones ambientales creíbles se caracterizan por contar con procesos de auditoría independiente, metodologías transparentes y criterios definidos por organismos internacionales o entidades reconocidas.

El uso de etiquetas ambiguas o poco rigurosas plantea un desafío tanto para los consumidores, que enfrentan dificultades para distinguir entre productos genuinamente sostenibles y aquellos que solo lo parecen, como para los reguladores, que deben avanzar hacia marcos normativos que garanticen claridad, transparencia y comparabilidad en la comunicación ambiental.

2.2.3. Obsolescencia verde

Una modalidad emergente de *greenwashing* es la llamada obsolescencia verde, que consiste en promover la sustitución de productos aún funcionales por otros supuestamente “más ecológicos”, sin justificar el balance neto de emisiones o impactos ambientales derivados de su producción y distribución. Esta práctica perpetúa la lógica del consumo excesivo bajo un barniz de responsabilidad ambiental, generando contradicciones evidentes con los principios de economía circular o suficiencia ecológica.

A diferencia de la obsolescencia programada tradicional, donde los productos pierden funcionalidad de forma intencionada para obligar al consumidor a adquirir uno nuevo, la obsolescencia verde se apoya en discursos de sostenibilidad (Vail, 2022). Por ejemplo, se alienta a reemplazar un dispositivo electrónico, un electrodoméstico o un automóvil aún en buen estado con la justificación de que el modelo más reciente consume menos energía, utiliza materiales reciclados o emite menos contaminantes.

Si bien la innovación tecnológica puede contribuir a mejorar el desempeño ambiental de los productos, el problema surge cuando la presión al consumo supera los beneficios ambientales reales. En muchos casos, la huella ecológica asociada a la fabricación, distribución y eliminación de los productos reemplazados puede ser superior a los ahorros generados por el nuevo modelo. De este modo, la obsolescencia verde puede reproducir dinámicas de consumo intensivo bajo una narrativa de sostenibilidad.

Este fenómeno plantea un reto tanto para los consumidores, que pueden sentirse motivados a adquirir nuevos productos creyendo que realizan una acción ambientalmente responsable, como para las políticas públicas, que deben fomentar estrategias más consistentes, como la economía circular, la extensión de la vida útil de los bienes y el consumo responsable.

III. EVOLUCIÓN NORMATIVA: HACIA UNA REGULACIÓN EUROPEA DEL ECOBLANQUEO.

1. *De la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales a la Directiva 2024/825*

Para ser capaces de adentrarnos en la Directiva 2024/825, primero tenemos que retroceder prácticamente veinte años, y centrarnos en la Directiva 2005/29/CE. Esta directiva, conocida como la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales, constituía el principal instrumento del Derecho de la Unión Europea para proteger a los consumidores frente a conductas comerciales engañosas.

Establecía un marco general, prohibiendo tanto ciertas acciones engañosas en su artículo 6, como omisiones engañosas en el artículo 7, por parte de

los operadores comerciales, en especial cuando puedan distorsionar las decisiones de consumo

Desde su aprobación, esta normativa permitió que prácticas hoy identificadas como *greenwashing*, en tanto afirmaciones ambientales imprecisas o exageradas, fueran contempladas como publicidad engañosa o competencia desleal en la jurisprudencia y legislación nacionales (Keirsbilck, 2024). Asimismo, en 2021, se publicó una guía interpretativa que ofrecía criterios para evaluar estas prácticas en el ámbito nacional

No obstante, a pesar de estos avances, persistían vacíos normativos: muchos mensajes ambientales seguían enmarcándose en zonas grises, sin definiciones claras ni un catálogo explícito de conductas prohibidas. Ello dificultaba una regulación eficaz y homogénea en todo el Espacio Europeo.

Con el paso del tiempo, y ante deficiencias y aspectos superados de la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales por parte de las empresas, a Unión Europea aprobó la Directiva 2024/825, también llamada *Empowering Consumers for the Green Transition*, con dos grandes propósitos, (*i*) fortalecer la protección de los consumidores frente a prácticas ambientales desleales, mediante la clarificación y ampliación del régimen de la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales, y (*ii*) mejorar la información disponible al consumidor, especialmente respecto a la durabilidad y la reparabilidad de los productos, incentivando un consumo más responsable y sostenible.

Esta norma entró en vigor el 6 de marzo de 2024 (publicada el 6 de marzo, efectivamente en vigor desde el 26 del mismo mes), y exige que los Estados miembros la transpongan antes del 27 de marzo de 2026, siendo obligatoria su aplicación desde el 27 de septiembre de 2026.

La Directiva 2024/825 pivota sobre cinco puntos fundamentales (Bertelli, 2024) en los que, como decíamos anteriormente, profundiza y trata de subsanar las deficiencias de la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales y de la Directiva 2011/83/UE sobre Derechos de los Consumidores. Estos cinco puntos son:

a. Ampliación de las características principales

El artículo 6(1) de la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales se ha reformado para incluir explícitamente como “características principales” del producto aquellas relacionadas con el entorno, lo social y la circularidad, tales como la durabilidad, reparabilidad o reciclabilidad, cuyo engaño puede ser sancionable

b. Restricciones a las afirmaciones ambientales futuras

La nueva Directiva establece que las afirmaciones relativas a una mejora ambiental futura, por ejemplo, metas de neutralidad o reducción de emisiones, solo son permisibles si se acompañan de compromisos claros, objetivos,

públicamente disponibles y verificables, articulados en un plan de implementación detallado, que además debe ser verificado periódicamente por un tercero independiente, cuyos resultados se hagan accesibles a los consumidores

c. Transparencia en comparaciones ambientales

El artículo 7 de la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales se reforma para exigir que, en caso de comparaciones entre productos por su impacto ambiental u otras características sostenibles, se informen de la metodología empleada, los productos o proveedores objeto de comparación, y las medidas para mantener esos datos actualizado

d. Inclusión de una lista negra de prácticas engañosas

Una de las aportaciones más destacadas consiste en la ampliación del Anexo I de la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales, con un catálogo de conductas que se consideran inherentemente desleales, sin necesidad de demostrar un engaño real. Se incluyen, entre otras

- Uso de etiquetas de sostenibilidad no basadas en un esquema de certificación o no originadas por una autoridad.
- Afirmaciones ambientales genéricas (como “verde”, “climáticamente neutro”, “ecológico”) sin evidencia suficiente.
- Declarar que todo el producto o empresa es sostenible cuando la afirmación solo se refiere a un aspecto puntual.
- Afirmer neutralidad o impacto positivo en emisiones basado exclusivamente en compensaciones de gases de efecto invernadero

La inclusión de estas prácticas en una lista negra permite a las autoridades actuar de forma preventiva, sin necesidad de desarrollar un análisis probatorio exhaustivo. Esto creemos, como parte de la doctrina (Da Costa Machado, 2025), que puede ser problemático a la hora de garantizar el derecho de contradicción por parte de empresas infractoras.

e. Refuerzo del derecho a la información sobre durabilidad, reparabilidad y garantías

En cuanto a la Directiva de Derechos de los Consumidores se introducen obligaciones como informar sobre garantías comerciales de durabilidad superiores a dos años, incluir información sobre la reparabilidad, incluso a través de puntuaciones o etiquetas uniformes, en productos con componentes digitales, especificar la duración de las actualizaciones de software disponibles u ofrecer alternativas de entrega ambientalmente respetuosas (por ejemplo, bicicleta de reparto).

En resumen, aunque muchas prácticas prohibidas ya eran persegibles mediante normativa general, la novedad de la Directiva reside en la

especificidad y claridad con que ahora se regulan; la inclusión en una lista negra confiere mayor certeza y rapidez en la actuación de las autoridades (Evans, 2024).

En definitiva, esta transformación normativa marca un avance significativo en la lucha contra el ecoblanqueo, al consolidar una regulación preventiva y con instrumentos efectivos para garantizar una publicidad ambiental honesta y verificable en el mercado europeo.

2. Proceso legislativo: propuesta y aprobación

El origen de la iniciativa se sitúa en marzo de 2022, cuando la Comisión Europea presentó una Propuesta de Directiva de reforma de las ya mencionadas Directiva 2005/29/CE y de la Directiva 2011/83/UE.

La propuesta formaba parte del Plan de Acción para el Consumo Sostenible y del Nuevo Plan de Acción para la Economía Circular, ambos integrados en la estrategia del Pacto Verde.

Los tres ejes principales de esta nueva Directiva serían (*i*) prohibir determinadas formas de *greenwashing* mediante la inclusión de nuevas prácticas en la lista negra de la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales, (*ii*) reforzar la transparencia en la información sobre durabilidad y reparabilidad de los productos y (*iii*) garantizar que las declaraciones ambientales relativas a un producto o empresa fuesen claras, verificables y basadas en evidencias científicas.

Tras la presentación de la propuesta, el expediente legislativo fue asignado a la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor del Parlamento Europeo, que lideró el análisis y las negociaciones.

Durante 2022 y 2023, se produjeron intensos debates en el Parlamento sobre varios puntos clave de la Directiva (Keirsbilck, 2024), como la inclusión de términos como “climáticamente neutro” o “compensado en carbono” entre las prácticas prohibidas, el equilibrio entre proteger a los consumidores frente a información engañosa y no imponer cargas excesivas a las empresas, en particular a las pymes, la necesidad de coordinación con otras iniciativas legislativas en curso, como la Directiva sobre Alegaciones Ambientales y Ecológicas.

El acuerdo político entre las instituciones se alcanzó en septiembre de 2023, durante las reuniones entre Comisión, Parlamento y Consejo, los denominados “trílogos”, en los que se consensuaron los elementos clave, a saber, (*i*) prohibición expresa de las declaraciones de neutralidad climática basadas únicamente en compensaciones de carbono; (*ii*) inclusión de las etiquetas de sostenibilidad no verificadas en la lista de prácticas desleales, y (*iii*) obligatoriedad de informar sobre durabilidad, reparabilidad y actualizaciones digitales.

Finalmente, el Parlamento Europeo aprobó el texto en enero de 2024, seguido por la adopción formal en el Consejo de la UE en febrero de 2024. La Directiva fue publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea el 6 de marzo de 2024 y entró en vigor el 26 de marzo de 2024. Como también hemos comentado anteriormente, se establecieron dos plazos relevantes para los Estados Miembros, que son el 27 de marzo de 2026, fecha límite para transponer la Directiva, y el 27 de septiembre de 2026, fecha a partir de la cual las disposiciones nacionales han de ser plenamente aplicables.

El proceso legislativo de la Directiva 2024/825 pone de relieve la creciente relevancia de la sostenibilidad como eje de la regulación del consumo en la UE. La rapidez relativa con la que se adoptó, únicamente dos años desde la propuesta hasta su aprobación, refleja la prioridad política del tema en el marco del Pacto Verde.

Asimismo, el debate parlamentario y en el Consejo muestra las tensiones inherentes: por un lado, la necesidad de evitar prácticas de ecoblanqueo que erosionan la confianza de los consumidores y distorsionan la competencia; por otro, la preocupación de no generar cargas desproporcionadas para las empresas, especialmente en sectores con fuerte presión regulatoria.

3. Relación con otras iniciativas: *Green Claims Directive, CSRD, Ecodesign, CSDDD*

La Directiva 2024/825, como ya hemos comentado con anterioridad, no puede analizarse de manera aislada, sino en el marco de un ecosistema regulatorio más amplio que la Unión Europea ha desplegado en los últimos años para promover la sostenibilidad, garantizar la transparencia y combatir el ecoblanqueo.

En este sentido, la norma se complementa y articula con otras iniciativas legislativas en curso o recientemente adoptadas, entre las que destacan la *Green Claims Directive*, la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD), con nombre oficial Directiva UE 2022/2464 de Información sobre Sostenibilidad, el nuevo Reglamento de Ecodiseño para productos sostenibles, y la *Corporate Sustainability Due Diligence Directive* (CSDDD), que tiene por denominación oficial, Directiva UE 2024/1760 de Diligencia Debida en Sostenibilidad.

3.3.1. *Green Claims Directive*

La llamada *Green Claims Directive* pretende ser el instrumento específicamente diseñado para abordar las declaraciones ambientales voluntarias de las empresas. Mientras que la Directiva 2024/825 establece una lista negra de prácticas engañosas y prohíbe afirmaciones genéricas o sin verificación, la

propuesta de *Green Claims Directive* iría dirigida a dar un paso más (Marcatago, 2023).

Este paso más estaría manifestado en una obligación a que todas las alegaciones ambientales voluntarias estén basadas en metodologías científicas comunes, transparentes y verificables, en la exigencia de una verificación independiente ex ante de dichas alegaciones, antes de que se comuniquen al consumidor y en la regulación de las etiquetas ambientales privadas, imponiendo requisitos mínimos de credibilidad y prohibiendo la creación de nuevos sistemas sin aprobación previa de la Comisión.

De este modo, ambas normas son complementarias: la Directiva 2024/825 actúa como marco horizontal de protección al consumidor, mientras que la *Green Claims Directive* introduce requisitos de justificación y verificación técnica para las alegaciones ambientales específicas.

Actualmente, y como es de público conocimiento, no está aprobada y su horizonte no es del todo claro (Jung & Dowse, 2024).

3.3.2. CSRD

La Directiva 2022/2464, conocida como CSRD, regula la información corporativa no financiera y sustituye a la anterior *Non-Financial Reporting Directive*. Su objetivo es garantizar que las empresas de la UE divulguen de forma estandarizada información relativa a cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza conocidos como ESG.

En relación con la Directiva 2024/825, la CSRD cumple una función complementaria. Mientras la primera regula la publicidad y la información comercial dirigida al consumidor final, la CSRD se centra en los informes de sostenibilidad corporativa, destinados a inversores, reguladores y otros grupos de interés (Hummel & Jobst, 2024).

La exigencia de aplicar los Estándares Europeos de Reporte de Sostenibilidad proporciona una base de datos verificable y consistente que puede sustentar las declaraciones ambientales que se transmitan posteriormente a los consumidores.

La CSRD, al requerir auditorías externas y mayor transparencia, contribuye indirectamente a reducir el riesgo de *greenwashing* en la comunicación corporativa.

3.3.3. Reglamento de Ecodiseño para productos sostenibles

Por su parte, el Reglamento de Ecodiseño para productos sostenibles, actualmente en fase de adopción, constituye el marco regulador para establecer requisitos de sostenibilidad obligatorios aplicables a la fabricación de productos en el mercado europeo.

Este reglamento pretende extender los principios de ecodiseño más allá de los productos energéticos, para incluir aspectos como la durabilidad, reparabilidad, reciclabilidad y eficiencia en el uso de recursos, así como la creación de un “pasaporte digital del producto”, que reúna información verificable sobre su impacto ambiental y facilite decisiones de compra informadas (Puentes Cociña, 2024).

La relación con la Directiva 2024/825 es clara: mientras esta última se centra en evitar que la información proporcionada al consumidor sea engañosa, el Reglamento de Ecodiseño asegura que los productos en sí mismos cumplan estándares mínimos de sostenibilidad, facilitando que la comunicación ambiental tenga un respaldo normativo sólido.

3.3.4. CSDDD

Por último, la CSDDD, adoptada en 2024 tras un complejo proceso legislativo, introduce obligaciones de debida diligencia en materia de sostenibilidad para grandes empresas europeas y de terceros países que operan en el mercado único.

Establece que las compañías deben identificar, prevenir y mitigar impactos adversos en derechos humanos y medio ambiente a lo largo de toda su cadena de valor, integrar la sostenibilidad en sus sistemas de gobernanza y gestión de riesgos, y asumir responsabilidades jurídicas en caso de incumplimiento (Baumüller, 2024).

La conexión con la Directiva 2024/825 reside en que ambas normas abordan el *greenwashing* desde diferentes ángulos. Por su parte, la CSDDD actúa en el plano estructural, obligando a las empresas a alinear su estrategia y operaciones con criterios de sostenibilidad, mientras que la Directiva 2024/825 se centra en la dimensión comunicativa, evitando que se transmitan mensajes engañosos a los consumidores sobre compromisos o impactos que no se cumplen en la práctica.

En conjunto, estas iniciativas evidencian la evolución hacia un marco normativo integral en la UE, donde la sostenibilidad se aborda de manera transversal. La interacción entre estos instrumentos refleja la estrategia de la Unión Europea de cerrar el círculo entre producción, comunicación y consumo, reduciendo los espacios de ambigüedad en los que se ha desarrollado el ecoblanqueo.

IV. CONTENIDO SUSTANCIAL DE LA DIRECTIVA

Como hemos estado afirmando hasta este punto, la Directiva constituye uno de los avances normativos más relevantes en la política de consumo y sostenibilidad de la Unión Europea.

Su aprobación respondía a la constatación de que las herramientas regulatorias previas, en particular la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales, resultaban insuficientes para abordar con eficacia fenómenos emergentes como el *greenwashing*, la proliferación de etiquetas ambientales poco fiables o la falta de información veraz sobre la durabilidad y reparabilidad de los productos.

La Directiva introduce un enfoque integral que combina medidas prohibitivas, orientadas a eliminar de manera categórica ciertas prácticas de eco-blanqueo, con medidas informativas, destinadas a empoderar a los consumidores para tomar decisiones más sostenibles. Asimismo, su articulación con otras iniciativas legislativas ya mencionadas anteriormente refuerza la coherencia del marco europeo en materia de transición verde.

En este capítulo nos centraremos en los cinco puntos fundamentales que constituyen el contenido sustancial de la Directiva.

1. *Prohibición de alegaciones genéricas sin justificación*

El punto más innovador y llamativo de la Directiva es sin duda la prohibición expresa de las alegaciones ambientales genéricas que carecen de justificación verificable. Esta disposición responde a un fenómeno ampliamente extendido en el mercado europeo: el uso de expresiones como “verde”, “eco”, “amigable con el medio ambiente” o “climáticamente neutro” en la publicidad y el etiquetado de productos, sin que exista una base científica o técnica que avale tales afirmaciones.

La práctica era problemática porque generaba ambigüedad e incertidumbre en los consumidores (Presicce, 2024). Palabras como “sostenible” o “natural” transmitían una imagen positiva, pero rara vez estaban acompañadas de información concreta sobre el impacto ambiental del producto o sobre los criterios utilizados para atribuir dicha calificación. En muchos casos, estas expresiones constituyan simples herramientas de marketing, sin un sustento material que las diferenciara de otros productos con características similares.

Con la aprobación de la Directiva, estas alegaciones pasan a integrarse en la “lista negra” de prácticas comerciales desleales, lo que implica que su utilización está prohibida per se, sin necesidad de demostrar caso por caso el efecto engañoso en la decisión de compra del consumidor (Rodríguez de Ramírez & Sarro, 2025). Ello representa un avance significativo frente a la situación anterior, en la que los tribunales y autoridades nacionales debían valorar individualmente si un término o eslogan podía considerarse engañoso.

La norma no impide que las empresas comuniquen logros ambientales, pero sí exige que tales afirmaciones sean específicas, claras y verificables.

Básicamente, la Directiva señala que los operadores han de (i) precisar el alcance de la alegación, marizando si se refiere al producto completo o a un aspecto concreto, (ii) fundamentar la afirmación en datos verificables, procedentes de análisis objetivos realizados por terceros creíbles, y (iii) evitar términos absolutos o indeterminados sin evidencias contrastables.

En este punto, la Directiva 2024/825 se articula de manera directa con la futura Green Claims Directive, que prevé mecanismos de verificación previa por terceros independientes para las declaraciones ambientales voluntarias. Mientras tanto, la prohibición de las alegaciones genéricas sin justificación ya supone un cambio estructural en la comunicación comercial, al establecer un estándar mínimo de rigor y transparencia.

Esta medida persigue el doble objetivo de la protección al consumidor frente a mensajes no fundamentados y fomentar la competencia leal entre empresas, evitando que unas se beneficien indebidamente de alegaciones sobre sostenibilidad vacías. Sin embargo, y como veremos más adelante, existe el riesgo de que competidores se denuncien entre sí para lograr la imposición de multas a empresas del mismo sector.

En suma, la prohibición de alegaciones genéricas sin justificación constituye un pilar central de la Directiva, pues ataca directamente una de las formas más extendidas de *greenwashing* y establece un estándar de comunicación que, a partir de ahora, deberá ser específico, verificable y transparente.

2. Requisitos para las etiquetas ecológicas y certificaciones verificables

El segundo de los pilares de la Directiva se refiere a la regulación de las etiquetas ecológicas y sistemas de certificación. La proliferación de sellos, distintivos y autocertificaciones ambientales en el mercado europeo había generado un escenario de alta complejidad y confusión para los consumidores.

En muchos casos, las empresas utilizaban logotipos diseñados internamente o basados en criterios poco transparentes, sin que existiera un control independiente que garantizara la credibilidad de las alegaciones transmitidas.

La Directiva aborda este problema incorporando en la lista negra de prácticas comerciales desleales la utilización de etiquetas de sostenibilidad que no se basen en un sistema de certificación verificable o que no estén establecidas por autoridades competentes.

La finalidad de esta disposición es doble. Por un lado, busca proteger a los consumidores frente a la confusión y la desinformación, ya que la multiplicación de sellos privados o poco exigentes reducía la capacidad de los compradores para distinguir entre productos genuinamente sostenibles y aquellos que solo lo aparentaban (Hedemann-Robinson, 2025). Por otro lado, pretende fomentar la confianza en los sistemas de certificación reconocidos,

evitando la erosión de su legitimidad por la coexistencia de etiquetas de dudosa fiabilidad.

En términos prácticos, esta medida implica que las empresas ya no podrán recurrir a autocertificaciones ni crear distintivos propios con fines meramente comerciales. Solo podrán emplear etiquetas que se correspondan con esquemas verificables, como los desarrollados en el marco de normas ISO, organismos acreditados o programas oficiales de la Unión Europea y de los Estados miembros (por ejemplo, la Etiqueta Ecológica de la UE – *EU Ecolabel*).

La Directiva se alinea así con las orientaciones de la propuesta de *Green Claims Directive*, que prevé un control aún más exhaustivo de los sistemas de etiquetado ambiental, y con el objetivo general del Pacto Verde Europeo de avanzar hacia un marco regulatorio coherente y transparente.

En suma, los requisitos introducidos para las etiquetas y certificaciones no solo refuerzan la seguridad jurídica y la comparabilidad en el mercado único, sino que también constituyen un incentivo para que las empresas se adhieran a estándares reconocidos y auditados, contribuyendo a un entorno de consumo más informado, fiable y sostenible.

3. Obligación de verificación previa e independiente

El tercer aspecto relevante es la incorporación de la obligación de verificación previa e independiente para determinadas declaraciones ambientales. Esta medida responde a la constatación de que gran parte de las alegaciones publicitarias relacionadas con la sostenibilidad se basaban hasta ahora en información unilateralmente emitida por las propias empresas, sin controles externos que garantizasen su exactitud o su coherencia con estándares reconocidos.

La Directiva establece que las afirmaciones ambientales de carácter futuro o estratégico, por ejemplo, los compromisos de alcanzar la neutralidad climática en 2030 o de reducir un porcentaje determinado de emisiones en el medio plazo, solo serán admisibles si cumplen con tres condiciones fundamentales (MacLennan & De Catelle, 2025), (i) existencia de un plan de implementación detallado, con objetivos intermedios, indicadores verificables y plazos temporales definidos, (ii) disponibilidad pública de dicho plan, de modo que los consumidores y otras partes interesadas puedan acceder a la información y evaluar el grado de cumplimiento, y (iii) verificación periódica por un tercero independiente, que asegure la objetividad de la evaluación y publique los resultados de manera accesible.

De esta forma, las empresas ya no podrán anunciar compromisos ambientales de largo plazo sin aportar evidencias verificadas de progreso, lo que evita la proliferación de metas meramente simbólicas o carentes de respaldo técnico.

En definitiva, la obligación de verificación previa e independiente introduce un mecanismo estructural de garantía de la veracidad, que desplaza el control desde el consumidor o las autoridades hacia la fase inicial de comunicación empresarial, evitando que los mensajes engañosos lleguen siquiera al mercado.

4. *Información obligatoria al consumidor sobre durabilidad, reparabilidad y huella ecológica*

Además de prohibir prácticas de comunicación engañosa, la Directiva introduce un conjunto de obligaciones de transparencia activa dirigidas a garantizar que los consumidores dispongan de información clara, comparable y verificable sobre los productos que adquieren. En este sentido, la norma amplía de forma significativa los deberes de información en tres dimensiones fundamentales: durabilidad, reparabilidad y huella ecológica.

Con respecto a la durabilidad, la Directiva establece que los comerciantes deben informar de manera clara y accesible acerca de la vida útil estimada de los bienes, cuando dicha información esté disponible. Asimismo, impone la obligación de indicar la existencia de garantías comerciales adicionales de durabilidad, en particular aquellas que excedan la garantía legal mínima prevista en la normativa europea de consumo (Carretero García, 2024). De este modo, se refuerza el derecho del consumidor a conocer no solo el coste inmediato del producto, sino también su desempeño esperado a lo largo del tiempo.

En atención a la reparabilidad, el texto también exige que se proporcione información sobre la posibilidad de reparar los productos y sobre la disponibilidad de piezas de repuesto y manuales de reparación. Este aspecto resulta crucial en el marco de la transición hacia una economía circular, ya que permite a los consumidores valorar no solo la compra inicial, sino también el mantenimiento futuro del bien adquirido.

En relación con el impacto ambiental, la Directiva obliga a que, cuando se presenten datos relativos a la huella ecológica del producto (por ejemplo, emisiones de CO₂, consumo energético o utilización de recursos), esta información sea clara, verificable y basada en metodologías reconocidas. La finalidad es evitar que las empresas seleccionen únicamente indicadores favorables o utilicen métricas poco transparentes que distorsionen la percepción del consumidor. Este punto guarda relación con las alegaciones vacías que veíamos en el primer punto.

Estas obligaciones de información cumplen un papel complementario a las prohibiciones de alegaciones genéricas y etiquetas engañosas. Mientras estas últimas buscan reducir el riesgo de *greenwashing*, las primeras persiguen empoderar activamente al consumidor para tomar decisiones más

conscientes y sostenibles. En consecuencia, el mercado se orienta no solo hacia una mayor honestidad comunicativa, sino también hacia una competencia basada en la calidad y sostenibilidad real de los productos.

5. *Sanciones y medidas coercitivas*

La eficacia de cualquier norma depende, en gran medida, de la existencia de mecanismos adecuados de supervisión y sanción. Consciente de ello, la Directiva no se limita a establecer obligaciones sustantivas para los operadores económicos, sino que refuerza de manera significativa el marco de control y coerción, asegurando que las nuevas disposiciones en materia de alegaciones ambientales tengan un efecto real en el mercado interior.

La Directiva obliga a los Estados miembros a garantizar que las autoridades competentes en materia de protección de los consumidores dispongan de los recursos y atribuciones necesarias para investigar las prácticas de greenwashing, tanto de oficio como a instancia de parte, exigir a las empresas la presentación de la documentación que respalde sus alegaciones ambientales, y ordenar la retirada de mensajes, etiquetas o campañas publicitarias que incumplan la normativa.

Asimismo, se prevé la cooperación entre autoridades nacionales a través de la Red de Cooperación para la Protección de los Consumidores, con el fin de abordar prácticas de carácter transfronterizo, habituales en el comercio digital.

En cuanto a las sanciones, la Directiva remite a los Estados miembros la determinación de su alcance concreto, pero fija criterios mínimos de disuasión, proporcionalidad y efectividad (Bogojević, 2025). Los Estados miembros podrán imponer sanciones adicionales, como la suspensión temporal de licencias o la exclusión de licitaciones públicas, en función de la gravedad y reiteración de la infracción.

En particular, establece que las multas deben ser lo suficientemente elevadas para eliminar cualquier beneficio económico derivado de la infracción. En los casos de infracciones generalizadas con dimensión transfronteriza, las sanciones económicas podrán alcanzar, como mínimo, el 4 % de la facturación anual de la empresa en el Estado miembro afectado, en línea con lo previsto en el Reglamento (UE) 2017/2394.

Más allá de las sanciones pecuniarias, la Directiva contempla la posibilidad de imponer medidas correctivas orientadas a restituir los efectos negativos de las prácticas engañosas. Estas incluyen la rectificación pública de la información, la obligación de modificar envases o etiquetas y, en casos graves, la retirada de productos del mercado. De esta manera, el enfoque sancionador se combina con una perspectiva preventiva y reparadora, que busca restablecer la confianza de los consumidores.

El régimen de sanciones y medidas coercitivas refleja la evolución del derecho europeo del consumo hacia una aplicación más robusta y homogénea, evitando que las nuevas exigencias de transparencia queden en meras declaraciones programáticas. En este sentido, la Directiva se sitúa en coherencia con otras iniciativas recientes de la Unión —como la Directiva sobre Acciones de Representación (UE) 2020/1828—, que refuerzan las posibilidades de actuación colectiva frente a prácticas comerciales ilícitas.

En suma, las disposiciones sobre sanciones y medidas coercitivas constituyen el instrumento esencial de garantía de cumplimiento de la Directiva 2024/825. Al establecer un marco sancionador severo y coordinado, la norma no solo pretende disuadir conductas de *greenwashing*, sino también favorecer un cambio estructural en las estrategias de mercado, en el que la sostenibilidad comunicada se corresponda de manera efectiva con la sostenibilidad practicada.

V. RECLAMACIONES Y LITIGACIÓN FRENTE AL GREENWASHING CORPORATIVO

1. *Acciones individuales y colectivas en defensa del consumidor*

La efectividad de la Directiva, y, en general, del marco europeo de protección frente al *greenwashing*, no depende únicamente de las obligaciones impuestas a las empresas y de la actuación de las autoridades administrativas. También requiere la existencia de mecanismos de reclamación y litigación accesibles que permitan a los consumidores, de manera individual o colectiva, hacer valer sus derechos cuando son vulnerados por prácticas comerciales engañosas vinculadas a la sostenibilidad.

En primer lugar, los consumidores cuentan con la posibilidad de ejercitar acciones individuales frente a operadores económicos que utilicen alegaciones ambientales falsas, vagas o no verificadas (Hedemann-Robinson, 2025).

Estas acciones pueden perseguir diferentes fines, entre los que destaca la cesación de la práctica ilícita, mediante la retirada de publicidad engañosa o la corrección de información.

También pueden existir las reclamaciones individuales dirigidas directamente a la reparación económica de los daños sufridos, ya sea a través de indemnizaciones por sobreprecio pagado en virtud de información engañosa o por la adquisición de un producto que no responde a las características anunciadas.

En tercer lugar, las reclamaciones pueden estar dirigidas a la resolución del contrato o la sustitución del producto adquirido, cuando se demuestra que la decisión de compra estuvo determinada por alegaciones ambientales incorrectas.

Si bien la litigación individual constituye un cauce tradicional de defensa, en la práctica suele verse limitada por el elevado coste, la complejidad técnica y la asimetría informativa frente a las empresas, lo que justifica el desarrollo de mecanismos de acción colectiva.

En donde podemos encontrar la novedad, es cuando relacionamos la Directiva 2024/825 con la Directiva 2020/1828 sobre acciones de representación, que establece un marco armonizado para la defensa colectiva de los consumidores en casos de infracciones masivas del derecho de consumo. Esta normativa es plenamente aplicable también a los supuestos de *greenwashing*, permite que entidades habilitadas, como asociaciones de consumidores, interpongan demandas en nombre de un grupo de afectados.

Como sabemos, pese a su escasa implementación en los sistemas de derecho continental (Venn, 2025), las acciones colectivas presentan varias ventajas relevantes, como la reducción de los costes y riesgos procesales para los consumidores individuales, el efecto disuasorio frente a las empresas, al concentrar en un solo procedimiento un número significativo de reclamaciones, así como la uniformidad de criterios judiciales, evitando resoluciones contradictorias sobre un mismo hecho.

La relación entre ambas normas es particularmente estrecha. Mientras la Directiva 2024/825 delimita y prohíbe las prácticas de *greenwashing*, la Directiva 2020/1828 dota a los consumidores de los instrumentos procesales necesarios para reaccionar frente a esas prácticas. Se configura así un binomio normativo en el que la regulación sustantiva se complementa con mecanismos procesales de tutela colectiva, cerrando el círculo de protección.

A pesar de estos avances, persisten ciertos retos: la necesidad de garantizar la independencia y financiación adecuada de las entidades habilitadas para iniciar acciones colectivas, la posible fragmentación en la aplicación nacional y la falta de familiaridad de los consumidores con estas herramientas jurídicas. No obstante, la tendencia apunta a un incremento progresivo de la litigación en materia de sostenibilidad, en la medida en que las nuevas obligaciones empresariales ofrezcan un campo fértil para reclamaciones judiciales.

En conclusión, las acciones individuales y colectivas en defensa del consumidor constituyen un eje fundamental en la lucha contra el *greenwashing*. A través de ellas, se asegura que las declaraciones ambientales engañosas no solo sean sancionadas por las autoridades, sino que también generen consecuencias jurídicas reparadoras para los afectados, reforzando la confianza del público y la credibilidad del mercado interior.

2. *Potencial de litigación estratégica por ONGs y competencia empresarial*

El marco regulador contra el *greenwashing* introducido por la Directiva y otras iniciativas complementarias no solo habilita a los consumidores

individuales o colectivos para emprender acciones judiciales. También abre la puerta a un creciente potencial de litigación estratégica por parte de organizaciones no gubernamentales y de empresas competidoras, que pueden recurrir a los tribunales como instrumento de control, presión y transformación del mercado.

Las ONGs dedicadas a la defensa del medio ambiente han venido desarrollando en la última década una estrategia de litigación climática orientada a exigir a Estados y empresas mayores compromisos en materia de sostenibilidad. En este contexto, la tipificación normativa del *greenwashing* como práctica comercial desleal proporciona un nuevo fundamento jurídico para sus acciones (Bogojević, 2025).

Gracias a la Directiva 2020/1828 sobre acciones de representación y a las legislaciones nacionales que permiten la legitimación activa de entidades de interés público, las ONGs pueden interponer demandas con objeto de obtener la cesación de campañas publicitarias engañosas o la reclamación de transparencia y acceso a la información sobre planes de sostenibilidad, entre otras.

De este modo, la litigación no se limita a obtener reparación puntual, sino que se convierte en una herramienta estratégica para modificar conductas empresariales, sensibilizar a la opinión pública y reforzar la implementación de los objetivos del Pacto Verde Europeo.

Junto a las ONGs, la propia competencia en el mercado puede ser motor de litigación. Las empresas que realizan esfuerzos efectivos y costosos para mejorar su desempeño ambiental se ven perjudicadas cuando competidores recurren al *greenwashing* para atraer consumidores sin incurrir en gastos reales de sostenibilidad.

La Directiva 2024/825 y el marco de prácticas comerciales desleales permiten a las empresas afectadas ejercitar acciones por, esencialmente, (i) competencia desleal, alegando que las declaraciones ambientales falsas generan una ventaja competitiva ilícita y por (ii) daños y perjuicios, cuando se puede demostrar que la conducta engañosa ha ocasionado pérdida de clientes o deterioro reputacional.

En este sentido, el litigio se convierte en un mecanismo de nivelación del terreno de juego, al desincentivar la utilización de estrategias de marketing ambiental sin respaldo real y al proteger a quienes invierten genuinamente en sostenibilidad.

La posibilidad de que ONGs y competidores recurran a los tribunales abre un campo fértil para el fortalecimiento de la rendición de cuentas empresarial. No obstante, también plantea ciertos riesgos como la judicialización excesiva de la comunicación ambiental, que podría generar un entorno de incertidumbre, en el que las empresas opten por la autocensura y reduzcan la difusión de información ambiental por temor a demandas (Tenreira, 2025).

Adicionalmente, y como mencionábamos más arriba, existe el riesgo de uso oportunista de la litigación como herramienta de presión competitiva o de obstaculización empresarial, especialmente en mercados muy disputados.

La participación de ONGs y empresas en la litigación estratégica amplía los actores involucrados en el control del cumplimiento normativo, complementando la labor de consumidores y autoridades públicas. Esta pluralidad de legitimados contribuye a crear un sistema de vigilancia distribuido, donde la detección y sanción del *greenwashing* no depende únicamente de la actuación estatal, sino también de la iniciativa de la sociedad civil y del propio mercado.

Como hemos mencionado, esto no es enteramente positivo, ya que las empresas competidoras pueden plantear acciones frívolas para poner el foco sobre una compañía con impacto en el mercado para causarle un daño reputacional o el simple hecho de tener que dedicar tiempo y recursos a defenderte de una acción estratégica (Robinson, Skinner, & Wang, 2025).

En definitiva, el potencial de litigación estratégica por ONGs y competencia empresarial constituye una de las innovaciones más relevantes en la lucha contra el *greenwashing*: no solo refuerza la efectividad de la Directiva 2024/825, sino que también contribuye a consolidar un ecosistema de gobernanza compartida, en el que la sostenibilidad empresarial deja de ser una cuestión de autorregulación para convertirse en un campo de escrutinio judicial permanente.

3. *El Caso Repsol-Iberdrola y otros ejemplos europeos*

El primero de los casos relacionados con el *greenwashing* en España se dio en febrero de 2024, cuando Iberdrola interpuso una demanda contra Repsol ante el Juzgado de lo Mercantil nº 2 de Santander, alegando publicidad engañosa y competencia desleal vinculada al ecolavado.

Iberdrola cuestionaba una quincena de mensajes en la web de Repsol y tres campañas publicitarias de 2023, que presentaban a la petrolera como comprometida con la sostenibilidad, por ejemplo, bajo lemas como “lideramos la transición energética”, mientras su actividad principal seguía vinculada con los combustibles fósiles.

La sentencia, dictada en febrero de 2025 y declarada firme en mayo, desestimó la demanda. El juez consideró que los mensajes de Repsol no inducían a error al consumidor, dada la “conocimiento casi universal”, haciendo mención a un 98,7%, de que Repsol es principalmente una empresa petrolera, si bien multienergética.

La sentencia señala, además, en su página 26, que “en ningún momento se realizan alegaciones medioambientales, sino de compromiso con la sostenibilidad”, y que las campañas no mencionan “características de un producto

(por ejemplo, menos perjudicial o más eficiente) sino del posicionamiento de la empresa respecto del compromiso internacional con la sostenibilidad”, tal y como se recoge en la página 32 de la referida sentencia.

Este fallo marca un hito: se trata de la primera sentencia judicial firme en España sobre ecoblanqueo corporativo, y establece un precedente sobre la interpretación del compromiso comunicacional frente a su actividad principal, pese a que no deja de ser una sentencia de un Juzgado de primera instancia y que no se ha elevado recurso de apelación frente a la misma, impidiendo conocer el posible razonamiento de la Audiencia Provincial.

Este no es el único caso al que Repsol ha tenido que hacer frente en España, ya que actualmente se están investigando unas denuncias presentadas por Greenpeace, Ecologistas en Acción y CECU por alegaciones engañosas en relación con biocombustibles, deforestación y uso de etiquetas engañosas. Esta coordinación de acciones también sugiere el uso de estas acciones por parte de la competencia para tratar de afectar a la imagen de Repsol en el sector.

En la actualidad, ya existen varios países de Europa con precedentes por casos de *greenwashing* (Krämer, 2024). El primero en el que nos centraremos son los Países Bajos, dado que en marzo de 2024 un tribunal de Ámsterdam determinó que 15 de los 19 anuncios de la campaña “*fly responsibly*” de la aerolínea KLM contenía afirmaciones ambientales vagas y engañosas, condenando a la compañía a comunicar sus planes de reducción de dióxido de carbono de forma honesta y concreta.

En Francia, la empresa TotalEnergies está pendiente de un procedimiento iniciado por una serie de ONGs lideradas por Greenpeace, relacionada con prácticas engañosas en la publicidad por alegaciones sobre neutralidad climática sin sustento. Además, en Francia ya existía una ley nacional con anterioridad a la Directiva que prohíbe las afirmaciones de neutralidad ecológica sin acreditar.

Por su parte en Alemania, el *Landgericht* de Frankfurt ha determinado en agosto de 2025 que Apple no puede anunciar el *apple-watch* como un producto neutro en dióxido de carbono, por ser una alegación vacía sin sustento documental. La cadena de supermercados Lidl también tuvo un varapalo en septiembre de 2024 cuando el *Landgericht* de Heilbronn concluyó que no se podía afirmar que la ropa vendida en Lidl era de material biológicamente valioso, por tratarse nuevamente de alegaciones vacías que inducían a error.

Vemos que existe un paradigma y que es previsible que con la entrada en vigor de la *Green Claims Directive*, este tipo de litigación escale y se desarrolle de una manera más exagerada. Si el impacto será positivo para el consumidor o será una simple arma arrojadiza entre empresas de la competencia, solo lo podremos dilucidar con el tiempo.

4. Pruebas, defensa posible y riesgo reputacional

El análisis de las acciones judiciales por *greenwashing* no estaría completo sin considerar los elementos centrales que configuran los litigios: el régimen probatorio, las posibles defensas jurídicas de las empresas demandadas y el impacto reputacional derivado de tales procedimientos. Estos factores determinan en gran medida no solo el resultado judicial, sino también las consecuencias estratégicas para las corporaciones implicadas.

En el ámbito del derecho de consumo y de la competencia desleal, la carga probatoria recae generalmente sobre quien realiza la alegación ambiental. La Directiva 2005/29/CE sobre prácticas comerciales desleales, en su versión modificada por la Directiva 2024/825, refuerza este principio al establecer que cualquier afirmación ambiental debe estar sustentada en pruebas verificables, claras y accesibles.

Sin embargo, en la práctica, se da una suerte de inversión de la carga de la prueba, dado que una empresa demandada por *greenwashing* debe presentar estudios técnicos, análisis del ciclo de vida del producto o evaluaciones de huella de carbono que respalden sus afirmaciones, además de ser capaz de probar que sus planes de reducción de emisiones o compromisos climáticos se encuentran en curso de implementación y no constituyen meras promesas futuras sin soporte, e incluso facilitar acceso a información verificable por terceros independientes, evitando el recurso exclusivo a certificaciones internas o sellos privados de dudosa fiabilidad (Fu, 2025).

De esta forma, el marco normativo desplaza la carga probatoria hacia el anunciante, lo que aumenta la exigencia de transparencia empresarial, pero a la vez, vuelve a ser un riesgo para las compañías, pues cualquier competidor malintencionado puede utilizar estas reclamaciones para obtener información relevante.

Ante una reclamación por *greenwashing*, las empresas suelen invocar distintas líneas de defensa, entre las que destacan:

- Interpretación del consumidor medio: Alegar que un consumidor razonablemente informado y atento no habría entendido la alegación de forma literal, sino como un mensaje aspiracional o genérico. Esta estrategia ya hemos visto que fue empleada en el caso Repsol-Iberdrola en España.
- Carácter técnico de la información: Defender que los cálculos de impacto ambiental se basan en metodologías reconocidas, aunque no perfectas, y que existe una incertidumbre científica inevitable.
- Contextualización de la comunicación: Argumentar que las declaraciones se enmarcan en campañas globales de sostenibilidad y no deben interpretarse de forma aislada.

- Cumplimiento con normativa sectorial específica: Apoyarse en que la información difundida sigue estándares vigentes, como el *Ecodesign Regulation*, la CSRD o metodologías ISO.

Más allá de la resolución judicial, las demandas por *greenwashing* generan un impacto reputacional inmediato. En la era de la comunicación digital, los litigios y denuncias públicas impulsadas por ONGs o competidores suelen difundirse ampliamente, erosionando la credibilidad de la empresa incluso antes de un fallo judicial (Valero-Gil, Suárez-Perales, & Ferrón-Vílchez, 2025).

El riesgo reputacional se manifiesta en varios niveles, como la pérdida de confianza del consumidor, con efectos directos sobre las ventas y la lealtad de marca, la presión de inversores y accionistas, especialmente en un contexto en el que los criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) adquieren centralidad en la financiación corporativa, el impacto en la cadena de valor, pues proveedores y socios comerciales pueden distanciarse para evitar quedar asociados a prácticas engañosas, o el efecto de señalización en el mercado, dado que un caso mediático de *greenwashing* puede convertir a la empresa en ejemplo paradigmático de prácticas a evitar.

En muchos casos, la sanción reputacional supera en gravedad a la sanción jurídica, lo que explica que numerosas empresas opten por acuerdos extrajudiciales o por retirar campañas antes de que la disputa llegue a sentencia.

El tríptico compuesto por pruebas, defensa y riesgo reputacional sitúa a las empresas frente a una encrucijada: o bien adoptan estrategias comunicativas sólidas, sustentadas en evidencias verificables, o se exponen no solo a sanciones legales, sino también a un desgaste de imagen difícilmente reversible. En este sentido, la Directiva no solo refuerza el control jurídico del *greenwashing*, sino que también amplifica el escrutinio público y mediático, convirtiendo la transparencia ambiental en un imperativo tanto legal como estratégico.

VI. CONCLUSIONES

El *greenwashing* representa un obstáculo significativo para la transición ecológica, distorsionando la percepción pública de la sostenibilidad y socavando la confianza en las prácticas empresariales genuinas. Abordar este fenómeno es crucial no solo para proteger a los consumidores, sino también para fomentar un entorno de mercado que incentive la verdadera innovación sostenible y garantice un futuro más justo y transparente.

El *greenwashing* es además un desafío significativo tanto para los consumidores como para la integridad del mercado y la efectividad de las políticas ambientales, al distorsionar la percepción de sostenibilidad y desincentivar el

verdadero compromiso con prácticas responsables. La necesidad de marcos regulatorios más estrictos y estándares claros es imperativa para garantizar que la sostenibilidad no sea solo una estrategia de marketing, sino un compromiso genuino hacia un futuro más ecológico.

La Directiva 2024/825 representa un avance crucial en la regulación de las prácticas comerciales desleales en el ámbito ambiental, proporcionando un marco más claro y específico que combate el ecoblanqueo y promueve un consumo sostenible. Al establecer prohibiciones concretas y exigir transparencia en las afirmaciones ambientales, esta normativa no solo protege a los consumidores, sino que también fomenta una mayor responsabilidad entre las empresas en el mercado europeo.

La Directiva 2024/825 establece además estándares claros y verificables que combaten el *greenwashing* y promueven la transparencia en la comunicación comercial. Al prohibir alegaciones genéricas sin justificación y exigir información precisa sobre durabilidad y huella ecológica, se empodera al consumidor y se fomenta un mercado más justo y sostenible.

El marco regulador contra el *greenwashing*, impulsado por la Directiva 2024/825 y complementado por la Directiva 2020/1828, no solo empodera a los consumidores y organizaciones para actuar judicialmente, sino que también fomenta una cultura de responsabilidad empresarial y transparencia.

A medida que se intensifican las acciones legales, tanto individuales como colectivas, se establece un ecosistema de gobernanza compartida que refuerza la sostenibilidad como un valor central en la economía europea, desincentivando prácticas engañosas y promoviendo un mercado más justo y responsable.

Sin embargo, y hasta que no se apruebe la Green Claims Directive, es un marco incompleto. A nuestro juicio, en este momento es más posible que la Directiva 2024/825 sea utilizada por competidores en el mercado con intenciones de afectar reputacional y económicamente a otras empresas, más que para proteger al consumidor final.

VII. REFERENCIAS

- Baumüller, J. "Corporate Sustainability Due Diligence Directive". *Der Wirtschaftstreuhänder: WT Fachjournal für Wirtschaftsprüfer und Steuerberater*, 2024, vol. 76, no 4, p. 284-288.
- Bertelli, F. "Pratiche commerciali scorrette. Le asserzioni di sostenibilità e la Dir. 2024/825/UE". *Osservatorio del diritto civile e commerciale*, 2024, vol. 13, no 2.
- Bogojević, S. "Regulating Greenwashing: Where Market Rules Meet Climate Action". *Journal of Environmental Law*, 2025.
- Carretero García, A. "La ineficaz respuesta del Derecho comunitario y del Reglamento de diseño ecológico a la insoportable insostenibilidad de la obsolescencia programada". *Revista CESCO de Derecho de consumo*, nº 52/2024, 2024.

- Chadwick, S.; Widdop, P. “Sport washing and the Gulf region: myth or reality?” En *The Geopolitical Economy of Sport*. Routledge, 2023.
- Da Costa Machado, S. “The Fight against Greenwashing in the European Union: Directive (EU) 2024/825 of the European Parliament and the Council, of February 28, 2024, and the Portuguese Case”. *Cuadernos Derecho Transnacional*, 2025, vol. 17.
- Delmas, M. y Burbano, V. “The Drivers of Greenwashing”. *California Management Review*, 2011.
- De Freitas Netto, S. et al. “Concepts and forms of greenwashing: A systematic review”. *Environmental Sciences Europe*, 2020, vol. 32, no 1.
- Downie, R., y Deckker, T. “Going green: Green trademarks and the risks of greenwashing”. *Intellectual Property Forum: journal of the Intellectual and Industrial Property Society of Australia and New Zealand* No. 137, 2004.
- Evans, L. “The Green Claims Directive: The Future Legal Framework for Advertising with Environmental”. *Zeitschrift für das gesamte Lebensmittelrecht (ZLR)*, 2024, vol. 343.
- Fu, Y. et al. “The green fog: the negative fallout of greenwashing on corporate reputation”. *Social Responsibility Journal*, 2025.
- Hedemann-Robinson, M. “Environmental Claims and the EU’s Legal Response for Combating Greenwashing”. *European Energy and Environmental Law Review*, 2025, vol. 34, no 3.
- Hummel, K. Y Jobst, D. “An overview of corporate sustainability reporting legislation in the European Union”. *Accounting in Europe*, 2024, vol. 21, no 3.
- Jung, S. y Dowse, M. “Key aspects of the green claims directive proposal”. *Journal of European Consumer and Market Law*, 2024, vol. 13, no 1.
- Keirsbilck, B. “Empowering consumers for the green transition: Overview of directive (EU) 2024/825”. *Journal of European Consumer and Market Law*, 2024, vol. 13, no 5.
- Krämer, L. “Judgments by the European Courts in Environmental Matters between 1-4-2024 and 31-12-2024”. *Journal for European Environmental & Planning Law*, 2025, vol. 22, no 1-2.
- Lyon, T. P. y Montgomery, A. W. “The Means and End of Greenwash”. *Organization & Environment*, 2015, nº 28(2).
- Maclennan, J. y De Catelle, W. “The Revision of EU Greenwashing Laws: A New Framework of Analysis”. *Business and Human Rights Journal*, 2025.
- Marcatajo, G. “Green claims, green washing and consumer protection in the European Union”. *Journal of Financial Crime*, 2023, vol. 30, no 1.
- Melen-Lamalle, P. et al. “Purplewashing and its Analogues as a Strategy of Marketing Manipulation: How Brands Use Feminism for Promotional Purposes”, University of Liege, 2023.
- Presicce, L. “El legislador europeo contra el greenwashing derivado de la comunicación comercial y la obsolescencia programada: la nueva directiva para empoderar a los consumidores y favorecer la transición ecológica”. *Actualidad Jurídica Ambiental*, 2024, p. 147.
- Puentes Cociña, B. “Los nuevos reglamentos de diseño ecológico: ¿hacia productos más circulares?”. *Revista Galega de Economía*, 2024, vol. 33, no 2.

- Randazzo, R. y Perozzi, F. "EU sustainable finance and greenwashing: where are we and what Lies ahead?". *Bus. L. Int'l*, 2023, vol. 24.
- Robinson, S.; Skinner, A. y Wang, J. "Does litigation risk shape environmental disclosure decisions? Evidence from peers' environmental disclosure lawsuits". *The Accounting Review*, 2025, vol. 100, no 3.
- Rodríguez De Ramírez, M. y Sarro, L. "Aspectos sociales de la sustentabilidad y su regulación en la mira". Universidad Nacional de La Matanza. Departamento de Ciencias Económicas, 2025.
- Rubino, V. et al. "The New EU Regulatory Framework on Environmental Information in Product Labelling. Remarks from the Consumer Perspective". *European Food and Feed Law Review*, 2024, vol. 19, no 2.
- Sánchez-Soriano, J. y Jiménez, L. "La construcción mediática del colectivo LGTB+ en el cine blockbuster de Hollywood. El uso del *pinkwashing* y el *queerbaiting*". *Revista Latina de Comunicación Social*, 2020, no 77.
- San Martín Calvo, M. "Consumo sostenible y transición ecológica. La acción normativa de la Unión Europea contra el *greenwashing*". *Revista de Estudios Europeos*, 2024.
- Suanzes Díez, C. y Calvo Carmona, M. "A vueltas con el *greenwashing*: la nueva propuesta de directiva sobre alegaciones medioambientales", *Actualidad Jurídica*, 2023, nº 62.
- Tenreira, L. "Greenwashing Investigated in the Landscape of Global Value Chains". *Journal of Environmental Law*, 2025.
- Vail, J. P. "The need for a sustainability pledge: Fighting planned obsolescence". *Geo. Wash. J. Energy & Env't L.*, 2022, nº 13.
- Valero-Gil, J., Suárez-Perales, I. y Ferrón-Vilchez, V. "Would you date a liar? The impact of greenwashing on B2B relationships under the managerial trust view". *BRQ Business Research Quarterly*, 2025, vol. 28, no 3.
- Venn, A. "Climate Litigation, Equality and Unfulfilled Promises: Illuminating Greenwashing in the Public Sector". *Journal of Environmental Law*, 2025.
- Yang, Z. et al. "Greenwashing behaviours: Causes, taxonomy and consequences based on a systematic literature review". *Journal of Business Economics and Management (JBEM)*, 2020, vol. 21, no 5.