

Acción coordinada sobre publicidad ambiental engañosa de aerolíneas en el marco de la Red CPC

Claudia Rodríguez Álvarez
Dirección General de Consumo



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

Índice

► 1. Antecedentes



Índice

- ▶ 1. Antecedentes
- ▶ 2. Guía de Comunicación Sostenible



Índice

- ▶ 1. Antecedentes
- ▶ 2. Guía de Comunicación Sostenible
- ▶ 3. Acción coordinada



Índice

- ▶ 1. Antecedentes
- ▶ 2. Guía de Comunicación Sostenible
- ▶ 3. Acción coordinada
- ▶ 4. Guía para el sector



Índice

- ▶ 1. Antecedentes
- ▶ 2. Guía de Comunicación Sostenible
- ▶ 3. Acción coordinada aerolíneas
- ▶ 4. Guía para el sector
- ▶ 5. Conclusiones



1. Antecedentes

¿Por qué información medioambiental en los productos?



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

1. Antecedentes

¿Por qué información medioambiental en los productos?

85 % consideran el cambio climático un problema grave



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

1. Antecedentes

¿Por qué información medioambiental en los productos?

85% consideran el cambio climático un problema grave

81 % apoya el objetivo de la UE de neutralidad climática para 2050



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

1. Antecedentes

¿Por qué información medioambiental en los productos?

85% consideran el cambio climático un problema grave

81 % apoya el objetivo de la UE de neutralidad climática para 2050

9 de cada 10 apoyan más inversión en renovables



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

1. Antecedentes

¿Por qué información medioambiental en los productos?

85% consideran el cambio climático un problema grave

81 % apoya el objetivo de la UE de neutralidad climática para 2050

9 de cada 10 apoyan más inversión en renovables

Más de la mitad (59%) de los europeos afirma haber tomado medidas en los últimos seis meses para combatir el cambio climático



1. Antecedentes

¿Por qué información medioambiental en los productos?
Realmente ¿hay ecoblanqueo?



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

1. Antecedentes

¿Por qué información medioambiental en los productos?

Realmente ¿hay ecoblanqueo?

¿Cómo me afecta como persona consumidora?

ESTUDIOS:

1. [Special Eurobarometer 527 Fairness perceptions of the green transition](#)
2. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/consumers/consumer-protection-policy/key-consumer-data_en?prefLang=es
3. [European Commission, Environmental claims in the EU - inventory and reliability assessment, 2024](#)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

2. Guía de comunicación sostenible



[Guía comunicación sostenible | Ministerio de Consumo](#)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

2. Guía de comunicación sostenible



ENFOQUE PRÁCTICO

1. ¿Por qué te interesa esta guía?
2. Definiciones
3. ¿Cómo hacerlo bien?
4. Alegaciones medioambientales climáticas
5. Algunos ejemplos reales
6. Ejercicios prácticos
7. Check list
8. ¿A quién acudir si necesito orientación?
9. Para ampliar la información de esta guía
10. Bibliografía

[Guía comunicación sostenible | Ministerio de Consumo](#)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

2. Guía de comunicación sostenible

Alegación social

**Alegación
sostenibilidad**

**Alegación
medioambiental**

**Alegación
medioambiental
implícita**

**Alegación
medioambiental
explícita**

**Alegación
medioambiental genérica**

**Alegación medioambiental
específica**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

I. Lenguaje claro, simple y específico.

sencillo, no genérico, partes del producto, empresa vs producto



2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

- I. Lenguaje claro, simple y específico.
sencillo, no genérico, partes del producto, empresa vs producto
- II. Información relevante y útil
características con la importancia que tienen (*folio sin plástico*)



2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

- I. Lenguaje claro, simple y específico.
sencillo, no genérico, partes del producto, empresa vs producto
- II. Información relevante y útil
características con la importancia que tienen (*folio sin plástico*)
- III. No ocultar información
información completa → decisión informada



2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

- I. Lenguaje claro, simple y específico.
sencillo, no genérico, partes del producto, empresa vs producto
- II. Información relevante y útil
características con la importancia que tienen (*folio sin plástico*)
- III. No ocultar información
información completa → decisión informada
- IV. Información actualizada
¿se ha quedado obsoleta mi alegación?



2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

V. Alegaciones comparativas justas

origen de los datos, métodos de cálculo, mismas etapas ciclo de vida



2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

V. Alegaciones comparativas justas

origen de los datos, métodos de cálculo, mismas etapas ciclo de vida

VI. Información sustentada en estudios

tengo que poder demostrar lo que afirmo



2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

V. Alegaciones comparativas justas

origen de los datos, métodos de cálculo, mismas etapas ciclo de vida

VI. Información sustentada en estudios

tengo que poder demostrar lo que afirmo

VII. Objetivos a futuro

avalados por planes solventes y con capacidad para ser llevados a cabo



2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

V. Alegaciones comparativas justas

origen de los datos, métodos de cálculo, mismas etapas ciclo de vida

VI. Información sustentada en estudios

tengo que poder demostrar lo que afirmo

VII. Objetivos a futuro

avalados por planes solventes y con capacidad para ser llevados a cabo

VIII. No poner como ventaja algo que exige la Ley

si es obligatorio no me diferencia



2. Guía de comunicación sostenible

¿Cómo hacerlo bien?

V. Alegaciones comparativas justas

origen de los datos, métodos de cálculo, mismas etapas ciclo de vida

VI. Información sustentada en estudios

tengo que poder demostrar lo que afirmo

VII. Objetivos a futuro

avalados por planes solventes y con capacidad para ser llevados a cabo

VIII. No poner como ventaja algo que exige la Ley

si es obligatorio no me diferencia

V. Sellos basados en sistemas de certificación

sistemas creados por expertos y certificado por tercero



3. Acción coordinada aerolíneas

RED CPC: Red europea de autoridades nacionales de consumo que coopera para garantizar la aplicación efectiva de la legislación de la UE en materia de protección de consumidores, especialmente en infracciones transfronterizas.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

3. Acción coordinada aerolíneas

RED CPC: Red europea de autoridades nacionales de consumo que coopera para garantizar la aplicación efectiva de la legislación de la UE en materia de protección de consumidores, especialmente en infracciones transfronterizas.

- Reglamento (UE) 2017/2394 sobre la cooperación entre las autoridades nacionales responsables de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores



3. Acción coordinada aerolíneas

ACCIÓN COORDINADA: Mecanismo del Reglamento CPC (arts. 17-23) mediante el cual varias autoridades nacionales actúan conjuntamente frente a una infracción generalizada que afecta a consumidores en varios Estados miembros.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

3. Acción coordinada aerolíneas

ACCIÓN COORDINADA: Mecanismo del Reglamento CPC (arts. 17-23) mediante el cual varias autoridades nacionales actúan conjuntamente frente a una infracción generalizada que afecta a consumidores en varios Estados miembros.

- Finalidad: Adoptar medidas coordinadas frente a la empresa para garantizar el cese de la infracción.

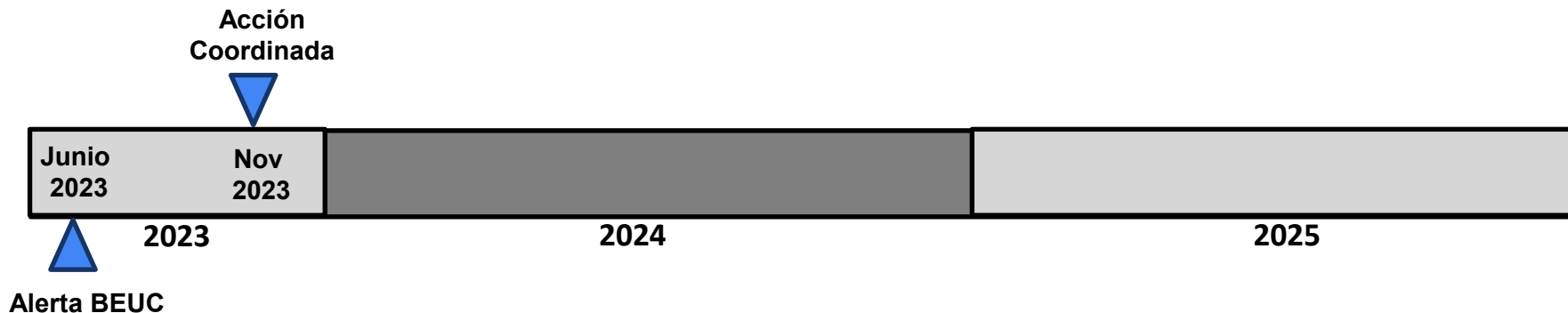


3. Acción coordinada aerolíneas

- **Alerta externa de la BEUC** sobre afirmaciones publicitarias medioambientales engañosas por parte de varias aerolíneas europeas (**junio de 2023**).
- **Acción coordinada** puesta en marcha (**finales de 2023**)
- ✓ **21 aerolíneas europeas**



3. Acción coordinada aerolíneas



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

3. Acción coordinada aerolíneas

❖ POSICIÓN COMÚN:

- Declaraciones de compensación de emisiones.
- Uso del término combustible de aviación sostenible (SAF) sin justificación adecuada.
- Uso de alegaciones medioambientales en términos absolutos o de forma implícita.
- Declaraciones futuras sobre sostenibilidad (*net zero claims* o declaraciones similares).
- Calculadoras de emisiones de CO₂
- Comparación de emisiones entre vuelos sin respaldo suficiente.



3. Acción coordinada aerolíneas

Práctica identificada	Problema	Ejemplo simple
Compensación de emisiones (offsetting)	Se sugiere que la contribución a proyectos climáticos neutraliza el impacto del vuelo.	“Compensa tu vuelo y viaja sin impacto climático”.
Reducción de emisiones mediante compra de SAF	Se exagera el impacto real (limitado) de estos combustibles.	“Añade 3€ para reducir las emisiones de tu vuelo”.
Uso del término SAF sin justificar	Se usa como reclamo ambiental sin explicación ni prueba.	“Apoya combustibles sostenibles para volar sin impacto”.
Términos genéricos (“verde”, etc.)	Se transmiten beneficios ambientales absolutos o vagos.	“Vuela de forma sostenible”.



3. Acción coordinada aerolíneas

Práctica identificada (II)	Problema	Ejemplo simple
Objetivos “ <i>net-zero</i> ” (futuro)	Se anuncian metas sin planes claros, verificables o medibles.	“Seremos neutros en carbono en 2050”.
Calculadoras de CO ₂	No explican la metodología ni datos utilizados, ni el carácter estimativo del resultado.	“Este vuelo emite 120 kg de CO ₂ ”.
Comparación de vuelos	Comparaciones sin base homogénea ni evidencia clara. Se omite que existen emisiones relevantes de otros gases.	“Este vuelo emite un 20% menos que nuestros competidores”.



3. Acción coordinada aerolíneas

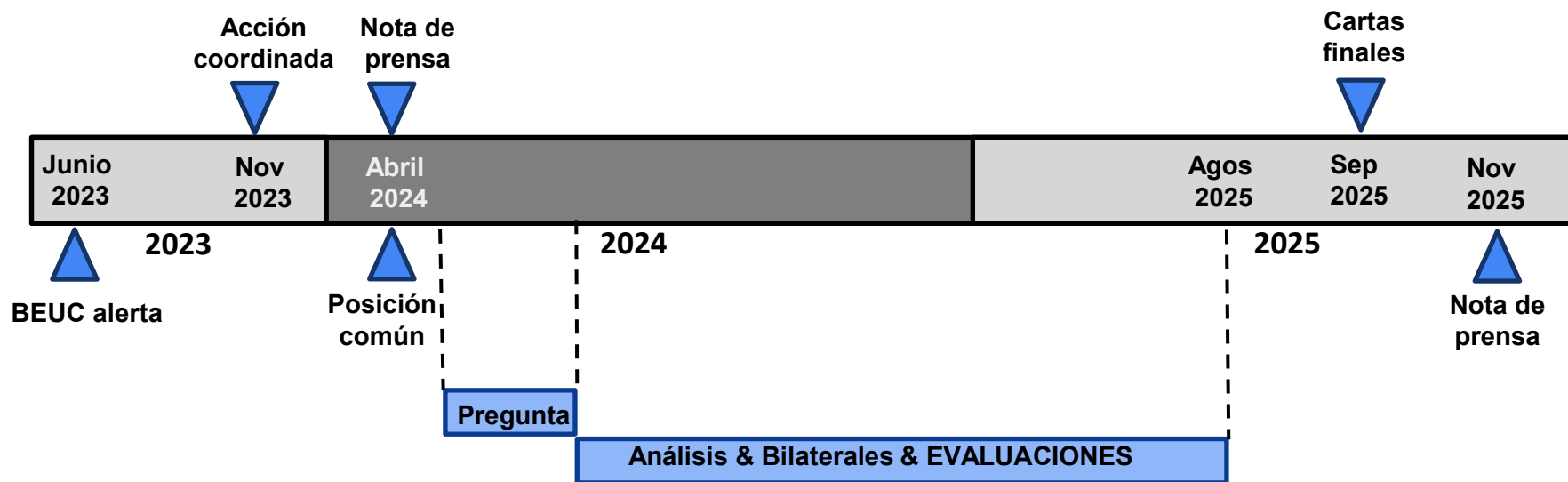
- Intercambio de cartas con las aerolíneas y análisis de las respuestas
- Varias rondas de reuniones
- Fase de monitorización de los compromisos
- Informe de implementación

AIRLINES	IDENTIFIED PRACTICES						
	Claiming that the emissions of a specific flight could be offset by contributing to climate projects	Claiming that the emissions of a specific flight could be reduced by the purchase of Sustainable Aviation Fuel (SAF)	Use of term SAF without appropriate substantiation	Use of unclear or unsubstantiated "green" terminology or imagery, or implicit environmental claims	Use of claims on future environmental targets (a "net zero") without appropriate substantiation	Unclear and not transparent use of CO2 emissions calculator	Use of unclear or unsubstantiated comparisons of environmental performance (e.g. "most sustainable", "greener")
AIRBALTIC	N/A	✓	✓	✓	✓	✓	✓
AIRFRANCE	N/A	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved
EASYJET	✓ Resolved	N/A	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved	N/A
FINNAIR	✓ Committed to resolve	✓ Committed to resolve	✓ Committed to resolve	✓ Committed to resolve	Resolved	Resolved	Resolved
KLM	✓ Resolved	✓ Resolved	✓ Resolved	N/A	Resolved	Resolved	Resolved
LUFTHANSA GROUP (Lufthansa, Air Dolomiti, Brussels Airlines, Austrian Airlines, Swiss, Eurowings)	Committed to resolve	Committed to resolve	Partly resolved (Insufficient suggestions related to appropriate display of substantiation)	Partly resolved (Insufficient suggestions related to appropriate display of claims. More importantly, the term "green factor" has not been retained)	Partly resolved (Insufficient suggestions related to non-related environmental targets)	Committed to resolve	Partly resolved (Insufficient suggestions related to unsubstantiated comparisons of environmental performance of the group)
LUXAIR	✓ Resolved	N/A	N/A	✓ Resolved	✓ Resolved	✓ Resolved	N/A
NORWEGIAN	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved
RYANAIR	Resolved	N/A	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved	Resolved
SAS	N/A	Committed to resolve	Committed to resolve	Partly resolved (Absence of suggestions related to the verification of the highly polluting nature of kerosene)	Committed to resolve	Committed to resolve	N/A
TAP	✓ Resolved	N/A	N/A	Resolved	N/A	N/A	N/A



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

4. Guía para el sector aviación



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

4. Guía para el sector aviación

- ▶ Indicaciones claras en cada una de las prácticas
- ▶ Documento breve y sintético
- ▶ Ejemplos de buenas prácticas
- ▶ Documento dirigido a todo el sector



4. Guía para el sector aviación

Future environmental targets

As of 27 September 2026, according to the UCPD rules, as amended by the ECGT Directive⁹, **claims related to future environmental performance**, including in the form of a transition to carbon or climate neutrality, will be **prohibited where they are not supported** by clear, objective, publicly available and verifiable commitments set out in a detailed and realistic implementation plan. That plan must include measurable and time-bound targets and other relevant elements necessary to support its implementation, such as allocation of resources and must be regularly verified by an **independent third-party expert** whose **findings are made available to consumers**.

On every page where claims on future emissions targets are presented, airlines should include **in vicinity a brief explanation concisely referring to all the points below** - whilst additional more detailed information can be provided on a separate page or through a clearly accessible link.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

4. Guía para el sector aviación

Notably, airlines should clarify:

- a. That any future emissions target is a **forward-looking commitment**, not an achieved result.
- b. All relevant elements necessary to support the implementation of plans such as **concrete achievable steps** and **allocation of resources** are to be explained and displayed in a **detailed and realistic** manner.
- c. The **measurable, up-to-date and time-bound targets** on which the claim is based.
- d. The **type and scope of emissions covered**, including whether the claim concerns CO₂ only or also other climate impacts of aviation.
- e. The reference **date or baseline** used for comparison, for example *"a 50% reduction of emissions compared to 20XX"*.



4. Guía para el sector aviación

The Flight Emissions Label (FEL) Implementing Regulation lays down how airlines communicate emissions to passengers. Article 6 of this Regulation sets out the conditions for a correct and clear display of flight emissions for the flights for which airlines have requested labels. In line with Article 6(5)(b) of this Regulation, for flights for which FEL labels were not requested, airlines are not allowed to display flight emissions equivalent or similar to those included in the FEL labels or which are calculated using a different methodology. Using FEL is therefore the only legal way for airlines to comply with EU law when displaying emissions information.

If airlines wish to display flight emissions at any stage - including, for example when selling SAF to passengers - , they must join FEL and use its emission estimates. If they choose not to join FEL, they are not allowed to display any flight emissions information to passengers for those flights for which FEL labels were not requested.



4. Guía para el sector

An example of good practice. Please note that this text is provided as an example and is not a request from the CPC Network to follow this specific wording.

- *Sustainable Aviation Fuel (SAF) is an alternative to conventional jet fuel that can reduce aviation's reliance on fossil fuels. It produces about the same CO₂ during a flight, but over its full lifecycle it can cut emissions by at least 65% because it's made from non-fossil materials like used cooking oil. However, it does not eliminate emissions, and your flight's CO₂ emissions stay almost the same.*
- *The SAF we use meets strict EU sustainability rules (ReFuelEU Aviation Regulation). If you choose to contribute, it does not mean your specific flight will use more SAF or produce less CO₂. Instead, your contribution helps increase the total amount of SAF in the airport fuel system, in view of reducing the overall negative environmental impact of aviation, alongside SAF already funded through the EU emissions trading system (EU ETS).*
- *We aim to add this extra SAF within a [xx] months after your flight. However, SAF prices can change, which means the amount purchased and its environmental impact may vary from what was estimated when you booked. Overall, the share of SAF used in our aircraft fleet amounts to [xx] %, of which [xx] %, is funded by EU/public authorities.*



4. Guía para el sector

An example of good practice. Please note that this text is provided as an example and is not a request from the CPC Network to follow this specific wording.

- *“You can choose to support climate projects by buying “carbon credits,” but it is important to understand their limits.*
- *The total climate impact of aviation is much greater than its CO₂ emissions alone. In particular, it has been proven that Nitrogen Oxides (NoOx) emissions and condensation trails also have a significant impact on the climate.*
- *Supporting carbon credit projects does not reduce the emissions from your flight or make it environmentally friendly. Instead, it supports projects that are intended to reduce or remove emissions elsewhere.*
- *Any such benefits are not immediate and are not directly linked to the flight. The emissions from your flight occur now, while any claimed reductions or removals from climate projects may occur elsewhere and/or later, depending on whether the project delivers the expected results.*
- *Carbon-credit schemes are also complex and involve uncertainties. For this reason, they should not be understood as cancelling out or neutralising the climate impact of flying.”*



5. Conclusiones

- ▶ El greenwashing es un problema real y preocupa a los consumidores
- ▶ Importancia de las guías:

Guías sobre Comunicación Sostenible

Guía para el Sector de las aerolíneas

- ▶ Trabajo de todos y para todos



¡Muchas gracias por la atención!



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030