

FRANCESCO MARIA MAFFEZZONI
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BRESCIA

Declinazioni “verdi” del mercato del futuro, tra impresa, dichiarazioni e consumatori
Green declinations of the market of the future, between business, declarations and
consumer

Abstract: *L'articolo analizza le nuove tendenze del mercato europeo in materia di green claims, greenwashing e tutela dei consumatori per garantire uno sviluppo sostenibile per tutti i cittadini e le generazioni future.*

Abstract: *The article analyses the new trends in the European market on the green claims, greenwashing and consumer protection to ensure sustainable development for all citizens and future generations.*

Keywords: *green law; greenwashing; green deal; dichiarazioni ambientali; dichiarazioni di sostenibilità; consumatore;*

Keywords: *green law; greenwashing; green claims; green deal; environmental declarations; sustainability declarations; consumer;*

1. *Introduzione (breve) alla green law*

L'attuale situazione climatica in profondo e drammatico cambiamento¹ sollecita un immediato attivismo dei legislatori italiano ed europeo; alcuni interventi normativi

¹ Sul punto si veda quanto affermato da Fatih Birol, Direttore esecutivo dell'Agenzia internazionale per l'energia, Werner Hoyer, Presidente della Banca europea per gli investimenti, e Christine Lagarde, Presidente della Banca centrale europea, nel blog della BCE dal titolo "È il momento di un'economia europea a prova di cambiamento climatico" il 24 novembre 2023 ed in particolare «il cambiamento climatico sta accelerando. Il tempo che abbiamo a disposizione per limitare il riscaldamento globale a 1,5°C si sta esaurendo. Possiamo fare la nostra parte nell'ambito dei mandati a noi conferiti oppure subire le drammatiche conseguenze della nostra inazione. Mentre responsabili delle politiche, leader di impresa e membri della società civile si preparano ai negoziati sul clima in occasione della Conferenza dell'ONU sui cambiamenti climatici COP28, che si terrà la prossima settimana a Dubai, appare ormai certo che il 2023

dell'Unione Europea e soprattutto la modifica degli articoli 9 e 41 della Costituzione Italiana sono intervenuti per realizzare una società – purtroppo non sempre condivisa²- *multistakeholder*, sostenibile³, sensibile alle tematiche dell'ecologia in chiave economico/produttiva⁴.

Nei programmi europei è “sul tavolo” il dialogo/confronto delle imprese con gli *stakeholders* per le strategie sull'ambiente, per la realizzazione di un modello imprenditoriale⁵ vincolato all'obiettivo di conservare e tutelare gli interessi fondamentali della collettività, riducendo le attività dannose per la salute e l'ambiente, in un mercato caratterizzato dall'implementazione dei principi di precauzione⁶ e sostenibilità con uno

sarà l'anno più caldo di sempre. Siccità, inondazioni e incendi estremi stanno avendo pesanti ripercussioni sul piano umano ed economico in tutto il mondo. I dati parlano chiaro: l'analisi della Banca centrale europea dimostra che quanto più a lungo aspetteremo a ridurre le emissioni e a passare a un'economia più verde, tanto più elevato sarà il prezzo da pagare. L'indagine sugli investimenti 2023 della Banca europea per gli investimenti mostra che due imprese europee su tre devono già affrontare danni e perdite a causa del cambiamento climatico. [...] La transizione verde è importante non soltanto per tutelare l'ambiente, ma anche per salvaguardare l'economia. Non ha senso dal punto di vista economico investire in fonti di energia sempre meno competitive, anziché abbracciare i progressi tecnologici che plasmeranno il mix energetico del futuro. Se l'Europa non parteciperà attivamente alla rivoluzione energetica globale, la sua competitività ne uscirà irrimediabilmente danneggiata. [...] Strumenti di finanziamento come le obbligazioni verdi emesse dall'UE contribuiranno a finanziare i progressi nel campo delle tecnologie pulite e sarebbero ancora più efficaci nel contesto di un'unione dei mercati dei capitali completa a tutti gli effetti. Soluzioni di finanziamento o garanzie mirate ad attenuare il rischio connesso a investimenti privati altamente innovativi (come parchi eolici galleggianti, idrogeno verde o nuove tecnologie per le batterie) contribuiranno all'introduzione di infrastrutture di cui l'Europa ha bisogno per conseguire l'azzeramento delle emissioni nette. A livello mondiale la fissazione del prezzo del carbone garantirebbe trasparenza, per incoraggiare i consumatori e gli investitori a orientarsi verso prodotti e attività finanziarie sostenibili ed efficienti sotto il profilo energetico».

² Cfr. D. GALLETI, *Le politiche di gestione del rischio, modelli giuridici per l'assunzione delle decisioni d'impresa*, Napoli, 2021, p. 204 ss.

³ Sul rapporto tra sostenibilità e diritto si veda M. PIERACCINI E T. NOVITZ, *Legal perspectives on sustainability*, Bristol, 2020, p. 9 ss.

⁴ Ex multis si vedano P. MARCHETTI, *Il bicchiere mezzo pieno*, in “Rivista delle società”, 2-3, 2021, p. 343 ss.; V. CARIELLO, *Per un diritto costituzionale della sostenibilità (oltre la “sostenibilità ambientale”)*, in “Orizzonti del Diritto Commerciale”, 2, 2022, p. 413 ss.; L. CASSETTI, *Salute e ambiente come limiti “prioritari” alla libertà di iniziativa economica?*, in “Federalismi.it” - Paper 23 giugno 2021, p. 1; I.A. NICOTRA, *L'ingresso dell'ambiente in Costituzione, un segnale importante dopo il Covid*, in “Federalismi.it” - Paper 23 giugno 2021, p. 1; G. SANTINI, *Costituzione e ambiente: la riforma degli artt. 9 e 41 Cost.*, in “Forum di Quaderni Costituzionali”, 2, 2021, p. 471, M. CECCHETTI, *La revisione degli articoli 9 e 41 della Costituzione e il valore costituzionale dell'ambiente: tra rischi scongiurati, qualche virtuosità (anche) innovativa e molte lacune*, in “Forum di Quaderni Costituzionali”, 3, 2021, p. 285.

⁵ Cfr. M. LIBERTINI, *Gestione “sostenibile” delle imprese e limiti alla discrezionalità imprenditoriale*, in “Contratto e impresa”, 1, 2023, p. 54 ss.

⁶ N. LUGARESÌ, *Diritto dell'ambiente*, Milano, 2020, p. 103.

sguardo alla corretta regolamentazione dei processi decisionali e comportamentali degli imprenditori, indirizzando l'attività economica pubblica e privata non solo al perseguimento di fini sociali e a risultati finanziari, ma verso un'azione socialmente e costantemente responsabile nonché garante dell'ambiente e di tutti gli *stakeholder*.

Le recenti modifiche dell'ordinamento nazionale si inseriscono in un più ampio movimento europeo e internazionale⁷ per l'attuazione del cd. *Green Deal*, piano d'azione programmatico per la riduzione dell'inquinamento e la promozione di un uso efficiente delle risorse⁸, e per il passaggio da un modello economico caratterizzato dalla sostenibilità ad un modello di transizione verde con un'economia pulita e circolare grazie all'implementazione degli investimenti privati⁹, capace di tradurre l'impegno *green* di carattere politico in un dovere giuridico vincolante¹⁰, attraverso un mercato unico per

⁷ Cfr. L. SALVEMINI, *Il nuovo diritto dell'ambiente tra recenti principi e giurisprudenza creativa*, Torino, 2022, p. 49 ss.

⁸ Si veda E. CUSA, *Sviluppo sostenibile, cittadinanza attiva e comunità energetiche*, in "Orizzonti del Diritto Commerciale", 1, 2020, p. 71 ss., il quale ricorda che tra i vari obiettivi, oggi vincolanti per l'Unione europea, si annoverano la riduzione entro il 2030 delle emissioni di gas ad effetto serra del 30% rispetto alla stessa tipologia di emissione avutesi nel 2005 (art. 1 regolamento 2018/842/UE del 30 maggio 2018 sulle riduzioni annuali vincolanti delle emissioni di gas serra a carico degli Stati membri dell'Unione nel periodo 2021-2030), l'implementazione della quota di energia da fonti rinnovabili nel consumo finale lordo di energia dell'Unione nel 2030 pari almeno al 32% (art. 3.1 direttiva 2018/2001/UE dell'11 dicembre 2018 sulla promozione dell'uso dell'energia da fonti rinnovabili) e il raggiungimento nel 2030 di un'efficienza energetica capace di determinare una riduzione del consumo di energia (primaria e/o finale) pari ad almeno il 32,5% rispetto alle proiezioni formulate nel 2007 (art. 1.1 direttiva 2012/27/UE del 25 ottobre 2012 sull'efficienza energetica, come modificato dalla direttiva 2018/2002/UE dell'11 dicembre 2018).

⁹ Ai fini di una mobilitazione degli investitori internazionali l'Unione Europea continuerà a guidare gli sforzi intesi a plasmare un sistema finanziario che promuova la crescita sostenibile a livello mondiale, dove il settore privato sarà determinante per finanziare la transizione verde. Sono necessari segnali sul lungo periodo per indirizzare i flussi finanziari e di capitale verso gli investimenti verdi ed evitare gli attivi non recuperabili. «La sostenibilità dovrebbe essere integrata in modo più sistematico nella governance societaria: molte imprese si concentrano ancora troppo sui risultati finanziari a breve termine a scapito dello sviluppo a lungo termine e degli aspetti connessi alla sostenibilità. Imprese e istituzioni finanziarie dovranno anche migliorare la trasparenza dei dati relativi al clima e all'ambiente, in modo che gli investitori siano pienamente informati circa la sostenibilità dei loro investimenti. A tal fine la Commissione rivedrà la direttiva sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario. [...] In secondo luogo, la strategia punta a offrire maggiori opportunità agli investitori e alle imprese agevolando l'individuazione degli investimenti sostenibili e garantendone la credibilità»; cfr. Commissione Europea, *Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni Il Green Deal europeo*, Bruxelles, 11.12.2019 COM(2019) 640 final, p. 19 ss.

¹⁰ Cfr. Commissione Europea, *Proposta di Regolamento Del Parlamento Europeo e Del Consiglio che istituisce il quadro per il conseguimento della neutralità climatica e che modifica il regolamento (UE) 2018/1999 (Legge europea sul clima)*, Bruxelles, 4.3.2020 COM(2020) 80 final 2020/0036 (COD).

un'Europa coesa e determinata nell'affrontare la difficile transizione verso un'economia verde sostenibile.

Le recenti proposte di direttiva pongono al centro della strategia per la transizione l'impegno delle società, operanti nei vari settori dell'economia, di implementare l'economia verde e climaticamente neutra, così la proposta di direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio relativa al dovere di diligenza delle imprese ai fini della sostenibilità recante modifiche alla direttiva (UE) 2019/1937, richiede alle società e alle imprese di realizzare politiche che riducano gli impatti negativi sui diritti umani e sull'ambiente all'interno delle catene del valore, attraverso il potenziamento delle pratiche di sostenibilità nei sistemi di governo e gestione societaria con decisioni imprenditoriali che ricomprendano valutazioni in termini di impatto climatico e ambientale.

La direttiva (Ue) 2022/2464 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 Dicembre 2022¹¹ sulla *Corporate Sustainability Reporting* del 14 dicembre 2022, in particolare "impone" obiettivi di sostenibilità non solo al mondo finanziario, ma anche all'attività d'impresa¹² da attuarsi mediante il libero accesso alle informazioni di sostenibilità ritenute necessarie, rilevanti e affidabili¹³ per consentire di valutare gli investimenti caratterizzati da modelli di business e attività sostenibili e/o ESG¹⁴.

¹¹ Cfr. Gruppo di lavoro della Giunta Assonime coordinato da Corrado Passera, *L'evoluzione dell'organo amministrativo tra sostenibilità e trasformazione digitale*, Note e studi, 1, 2023, secondo cui «in questo contesto si collocano due importanti novità a livello europeo: la direttiva (UE) 2022/2464 sul nuovo obbligo di rendicontazione in materia di sostenibilità, che sostituisce la direttiva sulle informazioni non finanziarie ampliandone sia l'ambito di applicazione, sia il contenuto delle informazioni da fornire; e la proposta di direttiva del 23 febbraio 2022 sui doveri di diligenza delle imprese ai fini di sostenibilità (DDS), che introduce (i) doveri generali di diligenza degli amministratori; (ii) obblighi per le imprese nella lotta al cambiamento climatico; (iii) obblighi di comportamento relativi agli impatti negativi su diritti umani e ambiente che possono derivare dall'attività non solo delle società, ma anche delle loro catene del valore. Si tratta di discipline destinate a generare un impatto significativo per le imprese di grandi e grandissime dimensioni, condizionandone le scelte di mercato, gli assetti organizzativi, le prospettive di rischio e opportunità e, in senso complessivo, le strategie di business».

¹² Cfr. DI SARLI, *Una proposta di direttiva della Commissione UE in materia di Corporate Sustainability Reporting*, in "Il Nuovo Diritto delle Società", 9, 2021, p. 1562.

¹³ Cfr. G. FERRARINI, ZHU, *Is There a Role for Benefit Corporations in the New Sustainable Governance Framework?*, ECGI, Law Working Paper N°. 588/2021, 2021, p. 30.

¹⁴ Cfr. M. MAUGERI, *Informazione non finanziaria e interesse sociale*, in "Rivista delle Società", 5, 2019, p. 992 ss.

Obiettivo della direttiva è il miglioramento in chiave digitale della comparabilità e dell'uso delle informazioni per integrare i capisaldi del sistema di finanza promossi dal *Green Deal* europeo¹⁵ così da raggiungere standard europei di rendicontazione¹⁶ che

¹⁵ Capisaldi che sono rappresentati dal Regolamento relativo all'informazione sulla sostenibilità nei servizi finanziari (Regolamento UE 2019/2088) e dal Regolamento sulla tassonomia (Regolamento UE 2020/852), cfr. L. MARCHEGIANI, *Riflessioni su informazione non finanziaria, comunicazione di impresa e fiducia degli stakeholders*, in "Osservatorio del diritto civile e commerciale", 1, 2021, p. 105 ss.

¹⁶ Per la Commissione è necessaria una maggiore standardizzazione delle informazioni fornite dalle imprese, perché la mancanza di precisione dei requisiti attuali, il controllo inadeguato della loro qualità, il numero elevato di standard e modelli privati rendono estremamente discrezionale e complessa la scelta delle informazioni. La proposta mira a ridurre i costi superflui del reporting di sostenibilità per le aziende, e a permettere loro di soddisfare la crescente domanda di informazioni sulla sostenibilità in modo efficiente. Porterà chiarezza e certezza su quali informazioni di sostenibilità riportare, e renderà più facile per i preparatori ottenere le informazioni di cui hanno bisogno ai fini del reporting dai loro partner commerciali (fornitori, clienti e società partecipate). Dovrebbe anche ridurre il numero di richieste che le aziende ricevono per informazioni sulla sostenibilità in aggiunta alle informazioni che pubblicano nei loro rapporti annuali. La Commissione sostiene le iniziative del G20, del G7, del Financial Stability Board e di altri per generare un impegno internazionale per sviluppare una base di standard globali di rendicontazione della sostenibilità che si baserebbe sul lavoro della Task Force on Climate-related Financial Disclosures. Le proposte dell'International Financial Reporting Standards Foundation di creare un nuovo Sustainability Standards Board sono particolarmente rilevanti in questo contesto, così come il lavoro già svolto da iniziative consolidate come la Global Reporting Initiative (GRI), il Sustainability Accounting Standards Board (SASB), l'International Integrated Reporting Council (IIRC), il Climate Disclosure Standards Board (CDSB) e CDP (ex Carbon Disclosure Project). La presente proposta mira a costruire e a contribuire alle iniziative internazionali di reporting sulla sostenibilità. Gli standard di reporting di sostenibilità dell'UE dovrebbero essere sviluppati in una costruttiva cooperazione bidirezionale con le principali iniziative internazionali, e dovrebbero allinearsi a tali iniziative per quanto possibile, tenendo conto delle specificità europee; cfr. Commissione Europea, Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2013/34/EU, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Regulation (EU) No 537/2014, as regards corporate sustainability reporting, Brussels, 21.4.2021 COM(2021) 189 final, p. 4. «The information needs of users have increased significantly in recent years and will almost certainly continue to do so. There are several reasons for this. One is the growing awareness of investors that sustainability issues can put the financial performance of companies at risk. Another is the growing market for investment products that explicitly seek to conform to certain sustainability standards or achieve certain sustainability objectives. Yet another is regulation, including the Sustainable Finance Disclosure Regulation and the Taxonomy Regulation. [...] There is therefore a widening gap between the sustainability information companies report and the needs of the intended users of that information. On the one hand, this means that investors are unable to take sufficient account of sustainability-related risks in their investment decisions. This in turn has the potential to create systemic risks that threaten financial stability. On the other hand, the gap means that investors cannot channel financial resources to companies with sustainable business models and activities. This in turn undermines the achievement of the objectives of the European Green Deal. It also hampers stakeholders' ability to hold undertakings accountable for the impact they have on people and the environment, creating an accountability deficit liable to undermine the efficient functioning of the social market economy»; Cfr. Commissione Europea, Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2013/34/EU, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Regulation (EU) No 537/2014, as regards corporate sustainability reporting, Brussels, 21.4.2021 COM(2021) 189 final, p. 3.

garantiscono un'informazione affidabile e comparabile su tutto il territorio europeo¹⁷, operando attraverso standard evoluti sulla selezione delle informazioni collegate al principio della doppia rilevanza¹⁸.

Il legislatore ha individuato un modello di "responsabilità allargata"¹⁹ che agisce sull'azione imprenditoriale in via preventiva, ricercando la massima *disclosure* possibile per la comunicazione che non sarà limitata alle dichiarazioni di sostenibilità, ma comprenderà anche il *greenwashing*²⁰ e i *green claims*²¹ per responsabilizzare certamente le imprese²², ma soprattutto per tutelare i consumatori²³ dalle pratiche sleali e garantire

¹⁷ Sul punto si leggano le informazioni raccolte dalla Commissione Europea sul tema: «the Commission also organised multi-stakeholder workshops on the materiality concept (November 2019) and the assurance of sustainability information (December 2020), as well as separate consultation meetings with different stakeholder groups in May 2020 (companies, civil society organisations and trade unions). The consultations revealed some differences between users and preparers of sustainability information. Users tend to prefer detailed and comprehensive reporting requirements. Preparers expressed concern about the costs of such requirements, often stated a preference to retain a large degree of discretion about what to report and how to report it. The open public consultation on the NFRD revision nevertheless showed that there was very strong support for mandatory sustainability reporting standards (over 80% of all respondents, including 81% of respondents who are or who represent companies that prepare sustainability reports). Many stakeholders stressed that if the EU develops sustainability reporting standards, it should build on and be consistent with international standard-setting initiatives. Stakeholders also emphasised the need to clarify the obligation to report according to the double materiality perspective. Consultations also showed that there was strong support for measures to ensure the alignment of NFRD sustainability reporting requirements with relevant EU legislation, in particular the Sustainable Finance Disclosure Regulation and the Taxonomy Regulation»; cfr. Commissione Europea, Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2013/34/EU, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Regulation (EU) No 537/2014, as regards corporate sustainability reporting, Brussels, 21.4.2021 COM (2021) 189 final, p. 8.

¹⁸ Cfr. G. PALMIERI, *L'informazione non finanziaria e il bilancio di sostenibilità*, in "Orizzonti del diritto commerciale", 1, 2023 p. 273 ss.

¹⁹ Sul tema cfr. T. FEBBRAJO, *La responsabilità "allargata" dei soggetti coinvolti nella gestione dei rifiuti: un contributo della giurisprudenza alla tutela dell'ambiente*, in P. SILVESTRELLI, a cura di, *Lo sviluppo sostenibile del territorio. Problematiche e opportunità*, Macerata, 2015, p. 314 ss.

²⁰ Cfr. L. DELL'OLIO, *Più severità negli standard Ue per greewashing e fondi ESG*, La Repubblica, 21 novembre 2022.

²¹ Sull'importanza della comunicazione e l'integrazione degli strumenti di comunicazione ambientale si veda M. CRIVELLARO, G. VECCHIATO, F. SCALCO, *Sostenibilità e rischio greenwashing*, Padova, 2012, *passim*.

²² Cfr. Considerando N. 2 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

²³ Per A. ALPA, *Il diritto dei consumatori*, Bari, 2002, p. 69, la definizione di consumatori e utenti è «la risultante delle definizioni che nelle direttive comunitarie e nelle loro regole attuative si è data del consumatore: è tale chi acquista un bene o un servizio per scopi non riferibili all'attività imprenditoriale o professionale svolta» e M. BERTANI, *Pratiche commerciali scorrette e consumatore medio*, cit., p. 19 ss.

un'informazione adeguata a veicolare la diffusione di prodotti sostenibili a prezzi equi per incoraggiare la partecipazione attiva all'economia circolare dello stesso consumatore²⁴.

2. Greenwashing, mercato e consumatori

I *green claims*²⁵ sono una delle ultime tendenze della comunicazione commerciale utilizzati per reclamizzare l'anima verde dei prodotti e già all'inizio del fenomeno si è registrata nel mercato una proliferazione di sigle, riferimenti, attestazioni, autodichiarazioni ecologiche, sostenibili e ambientali di facciata che, in caso di impossibilità di verifica chiara e trasparente delle prestazioni ecologiche del produttore e del prodotto stesso, hanno concorso all'affermazione del *greenwashing*, strategia di comunicazione o di marketing atta ad esibire l'ecosostenibilità della propria attività in taluni casi presunta, in altri assente o addirittura per occultare l'impatto ambientale negativo²⁶.

²⁴ Sulla figura del consumatore si veda A. DI MAJO, *Consumatori e mercato*, Milano, 2017, p. 14 ss.

²⁵ C. PAPPALARDO, "Sottolineare il carattere ecologico di un prodotto nell'attuale momento storico, nel quale il valore ecologico riscuote la generalità dei consensi" - *Trent'anni di Green Claim nella giurisprudenza del Giurì e dell'AGCM*, in "Rivista di Diritto Industriale", 3, 2021, p. 235, ricorda che «i green claim sono una delle ultime tendenze della comunicazione commerciale, oggetto in questi tempi di una particolare attenzione da parte delle istituzioni e degli studiosi. Sembra quasi che si tratti di un argomento nuovo, nel quale solo adesso gli operatori del diritto stanno muovendo i primi passi. In realtà [...] la tematica ambientale è di grande attrattiva per il consumatore da oltre trent'anni: prima l'attenzione era focalizzata sul buco dell'ozono, poi sui gas di scarico delle autovetture; adesso sull'inquinamento ambientale (e quindi *in primis* sulla plastica) e sul riscaldamento globale».

²⁶ Cfr. considerando n. 9 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione, dove si legge che «è opportuno modificare l'allegato I della direttiva 2005/29/CE per vietare la formulazione di dichiarazioni ambientali generiche in assenza di un'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali pertinenti alla dichiarazione. Esempi di dichiarazioni ambientali generiche sono: "rispettoso dell'ambiente", "ecocompatibile", "eco", "verde", "amico della natura", "ecologico", "rispettoso dal punto di vista ambientale", "rispettoso dal punto di vista del clima", "che salvaguarda l'ambiente", "rispettoso in termini di emissioni di carbonio", "neutrale in termini di emissioni di carbonio", "positivo in termini di emissioni di carbonio", "neutrale dal punto di vista climatico", "efficiente sotto il profilo energetico", "biodegradabile", "a base biologica" o asserzioni analoghe, oltre alle asserzioni più ampie quali "consapevole" o "responsabile" che suggeriscono o danno l'impressione di un'eccellenza delle prestazioni ambientali. Tali dichiarazioni ambientali generiche dovrebbero essere vietate se non è dimostrata l'eccellenza delle prestazioni ambientali o se la specificazione della dichiarazione non è fornita in termini chiari ed evidenti tramite lo stesso mezzo, quale il medesimo annuncio pubblicitario, la confezione del prodotto o l'interfaccia di vendita online. Ad esempio l'asserzione "biodegradabile" riferita a un dato

Il *greenwashing*, come osservato dalla dottrina²⁷, compare per la prima volta nel capitolo 5 degli Orientamenti della Commissione Europea del 25 maggio 2016 per l'attuazione/ applicazione della Dir. 2005/29/CE e definito concettualmente come «appropriazione indebita di virtù ambientaliste finalizzata alla creazione di un'immagine 'verde' 'quando (le) asserzioni non sono veritiere o non possono essere verificate'» la cui diffusione è confermata dai dati forniti dalla Commissione che nel 2020 ha giudicato il 53,3% delle asserzioni ambientali come vaghe, fuorvianti o infondate e il 40% del tutto infondate²⁸.

Autodichiarazioni esplicite, quali «“T-shirt realizzata con bottiglie di plastica riciclata”, “consegna con compensazione di CO2”, “imballaggio in plastica riciclata al 30%” o “protezione solare rispettosa degli oceani”»²⁹, rappresentano per le politiche ambientali comunitarie un grave pericolo giacché contribuiscono a creare nel mercato dell'UE, come rilevato dalla giurisprudenza³⁰, condizioni ideali per pratiche di

prodotto sarebbe una dichiarazione generica, mentre affermare che “l'imballaggio è biodegradabile mediante compostaggio domestico entro un mese” sarebbe una dichiarazione specifica non soggetta a questo divieto».

²⁷ Per la citazione si veda Cfr. A. PISTILLI, *Il green-washing tra pubblicità ingannevole e pratica commerciale scorretta: quando può dirsi atto di concorrenza sleale?*, in “Il Diritto industriale”, 4, 2022, p. 381.

²⁸ Cfr. Commissione Europea, *Protezione dei consumatori: permettere scelte sostenibili e porre fine al greenwashing*, Bruxelles, 22 marzo 2023.

²⁹ Cfr. Commissione Europea, *Protezione dei consumatori: permettere scelte sostenibili e porre fine al greenwashing*, Bruxelles, 22 marzo 2023.

³⁰ Cfr. A. PISTILLI, *Il green-washing tra pubblicità ingannevole e pratica commerciale scorretta: quando può dirsi atto di concorrenza sleale?*, cit., p. 383 e Tribunale Gorizia, 26/11/2021, (ud. 25/11/2021, dep. 26/11/2021), che in un caso di greenwashing e concorrenza sleale nel mercato tessile ha affermato che «la giurisprudenza autodisciplinare (decisioni del Giuri e ingiunzioni definitive del Comitato di Controllo) ha posto in rilievo che la pubblicità ambientale può fare riferimento, implicitamente o esplicitamente: alla relazione tra prodotto e ambiente; alla promozione di uno stile di vita eco-compatibile; alla presentazione di un'immagine aziendale caratterizzata dall'impegno ambientale. E ciò, mediante l'utilizzo di dichiarazioni ambientali “verdi” che devono essere chiare, veritiere, accurate e non fuorvianti, basate su dati scientifici presentati in modo comprensibile. In conclusione, a fronte di un'espansione rapida del fenomeno patologico del Green-washing, si registra la convergenza di una pluralità di soggetti regolatori e di normative di riferimento, tutte accomunate dall'obiettivo di garantire il rispetto di un principio generale di verità del messaggio che abbia anche carattere pubblicitario. Nel caso di specie i messaggi pubblicitari denunciati da parte ricorrente sono sicuramente molto generici in alcuni casi - scelta naturale, amica dell'ambiente., la prima e unica microfibra che garantisce eco - sostenibilità durante tutto il ciclo produttivo, microfibra ecologia - e sicuramente creano nel consumatore un'immagine green dell'azienda senza peraltro dar conto effettivamente di quali siano le politiche aziendali che consentono un maggior rispetto dell'ambiente e riducano fattivamente l'impatto che la produzione e commercializzazione di un tessuto di derivazione petrolifera possano determinare in senso positivo sull'ambiente e sul suo rispetto» a ciò ha

concorrenza sleale, ascrivibili al *genus* delle pratiche commerciali sleali tra imprese sanzionabili ai sensi dell'art 2598 c.c.³¹ a danno di imprese³² realmente sostenibili³³.

Le autodichiarazioni ambientali contengono frequentemente messaggi che decantano caratteristiche non verificabili, incoerenti e ingannevoli rivolte ai consumatori³⁴, che

aggiunto che «chiunque si vale della comunicazione commerciale deve essere in grado di dimostrare, a richiesta del Giurì o del Comitato di Controllo, la veridicità dei dati, delle descrizioni, affermazioni, illustrazioni e la consistenza delle testimonianze usate». E così è stato evidenziato come “il mancato assolvimento dell'onere probatorio crea una lacuna che si riflette negativamente sulla valutazione di liceità del messaggio in ordine alle affermazioni in esso contenute e determina necessariamente una presunzione di ingannevolezza delle stesse”. In altri casi, seppur in presenza di elementi documentali a supporto (es. studi scientifici), è stata comunque affermata la necessità che il claim non sia generico, poiché la ratio e il disposto dell'art. 12 c.a. richiedono “che la comunicazione commerciale nel prospettare un beneficio ambientale debba “consentire di comprendere chiaramente a quale aspetto del prodotto o dell'attività pubblicizzati i benefici vantati si riferiscono”. Ciò in ragione del fatto che la sensibilità verso i problemi ambientali è oggi molto elevata e le virtù ecologiche decantate da una impresa o da un prodotto possono influenzare le scelte di acquisto del consumatore medio. Ne consegue che non è conforme ad un'esigenza di effettiva tutela dell'ambiente che i vantì ambientali divengano frasi di uso comune, prive di concreto significato ai fini della caratterizzazione e della differenziazione dei prodotti.”».

³¹ «Per questa ragione è possibile sostenere che l'art. 2598 c.c., nella parte in cui considera sleale ogni comportamento che utilizza ogni mezzo «non conforme ai principi della correttezza professionale e idoneo a danneggiare l'altrui azienda», è senz'altro applicabile al caso in esame, allo scopo di sanzionare la condotta del professionista che, diffondendo informazioni di sostenibilità non verificabili o incoerenti con il suo effettivo comportamento, pone in essere una violazione dei principi generali di buona fede e correttezza», sul punto cfr. F. BERTELLI, *I green claims tra diritti del consumatore e tutela della concorrenza*, in “Contratto e impresa”, 1, 2021, p. 303, F. BERTELLI, *Le dichiarazioni di sostenibilità nella foritura di beni di consumo*, Torino, 2022, p. 69 ss. e più in generale A. VANZETTI e V. DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, Milano, 2018, p. 667 ss.

³² In tema di finalità economiche del diritto della concorrenza e del suo conseguente ruolo di salvaguardia del benessere sociale cfr. P. BUCCIROSSI, *Profili economici del diritto alla concorrenza*, in P. CENDON, *Il diritto privato nella giurisprudenza, La concorrenza*, Milano, 2005, p. 917 ss.

³³ Cfr. F. BERTELLI, *I green claims tra diritti del consumatore e tutela della concorrenza*, , cit., p. 303 secondo cui «a fronte di claims ambientali attuati da un operatore professionale, per le imprese concorrenti che non abbiano a loro volta dichiarato pubblicamente il proprio impegno verso la sostenibilità, possono configurarsi due scenari: in un caso, i concorrenti potrebbero essere indirettamente danneggiati dal vantaggio competitivo ottenuto dall'azienda che si professa socialmente responsabile e, così facendo, «attira» i consumatori etici; nell'altro, temendo di subire le conseguenze delle ricadute reputazionali favorevoli alla concorrente che si è dichiarata socialmente responsabile, potrebbero essere indotti a sopportare i costi necessari per «uniformarsi» alle politiche di CSR che risultino dichiarate a mero scopo reclamistico».

³⁴ «Nell'attesa della definizione a livello europeo di un quadro normativo regolatorio armonizzato, il legislatore italiano, a differenza di altri governi che sulla spinta americana hanno imposto politiche più stringenti per tutelare i cittadini-consumatori da pratiche di *greenwashing*, non ha sviluppato specifiche disposizioni a disciplina degli oneri di veridicità e non ingannevolezza dei messaggi comunicazionali a tematica ambientale. In questo ambito la principale fonte applicabile in via interpretativa contro pratiche di *greenwashing*, è il Codice del consumo», cfr. M. TOMMASINI, *Green claim e sostenibilità ambientale. le tutele ed i rimedi apprestati dall'ordinamento contro le pratiche di greenwashing*, in “Diritto di Famiglia e delle Persone”, 2, 2023, p. 858 ss.

sensibili alle tematiche ambientali, si professano attenti fautori della sostenibilità³⁵, attraverso comportamenti consapevoli e informati volti a favorire e premiare un'economia³⁶ veramente impegnata e caratterizzata da un'impronta *green*³⁷.

I *green claims* sono capaci a rappresentare forme di dichiarazioni ingannevoli o generare aspettative vane³⁸ nel consumatore, la cui tutela³⁹ dalla pubblicità ambientale - e conseguentemente la lotta al fenomeno del *greewashing* - non è più procrastinabile in considerazione anche della crescente richiesta di prodotti *ecofriendly* e sollecita le

³⁵ Cfr. Commissione europea - Comunicato stampa, *Eurobarometro: gli europei mostrano un forte sostegno alla politica energetica dell'UE e alla risposta dell'UE all'invasione russa dell'Ucraina e un maggiore ottimismo per quanto riguarda l'economia*, Bruxelles, 10 luglio 2023, dove si legge che «Più di otto cittadini dell'UE su dieci ritengono che l'Unione debba investire in maniera massiccia nelle energie rinnovabili, come l'energia eolica e solare (85%), e che l'aumento dell'efficienza energetica degli edifici, dei trasporti e dei prodotti ci renderà meno dipendenti dai produttori di energia non UE (82%)».

³⁶ Cfr. Considerando N. 1 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali), dove si legge che «asserire di essere "verdi" e sostenibili è diventato un fattore di competitività e i prodotti di questo tipo registrano una crescita maggiore rispetto agli altri. Beni e servizi offerti e acquistati sul mercato interno che sono meno rispettosi dell'ambiente di quanto si sostiene che siano possono indurre in errore il consumatore e ostacolare la transizione verde e la riduzione degli impatti ambientali negativi. Il potenziale dei mercati verdi non trova piena realizzazione».

³⁷ C. CIBRARIO ASSERETO, *Il contenzioso tra aziende sul greewashing parte dal tessile*, Il sole 24 ore, 14 febbraio 2022, afferma che «secondo il World Economic Forum, circa il 66% dei consumatori (75% tra i millenials) preferisce prodotti eco-friendly rispetto a quelli tradizionali, ed è disposta a pagare per essi prezzi più elevati. Ed ecco che il marketing delle aziende si tinge di green, "sostenibilità" diviene la parola d'ordine. Nel 2021, la Commissione Europea ha stimato che il 42% dei portali di vendita online contiene informazioni ambientali esagerate, ingannevoli o false. Per la moda - che è responsabile per circa 10% delle emissioni globali, e piagata dalla complicata gestione degli scarti e da catene di rifornimento globali tipicamente molto complesse - questa statistica sale al 60% (tanto che, nel Regno Unito, l'autorità antitrust pubblica delle linee guida e apre a metà gennaio un'investigazione a tappeto sul settore)».

³⁸ Tutto ciò è stato possibile perché mancano regole capaci di disciplinare le dichiarazioni e i marchi basati su sistemi di certificazione ambientale e di controllare e di monitorare la conformità di un prodotto/processo o di un'impresa ai requisiti stabiliti. Cfr. Considerando n. 7 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione, dove si legge che «è opportuno vietare l'esibizione di marchi di sostenibilità non basati su un sistema di certificazione o non stabiliti da autorità pubbliche includendo tali pratiche nell'elenco di cui all'allegato I della direttiva 2005/29/CE. Il sistema di certificazione dovrebbe soddisfare condizioni minime di trasparenza e credibilità. L'esibizione di marchi di sostenibilità è possibile in assenza di sistema di certificazione se il marchio è stabilito da un'autorità pubblica o in caso di forme di espressione e presentazione supplementari degli alimenti in conformità dell'articolo 35 del regolamento (UE) n.1169/2011. Questa norma integra il punto 4 dell'allegato I della direttiva 2005/29/CE, che vieta di asserire che un dato professionista, le sue pratiche commerciali o un dato prodotto è stato approvato, accettato o autorizzato da un organismo pubblico o privato quando esso non lo sia stato o senza rispettare le condizioni dell'approvazione, dell'accettazione o dell'autorizzazione ricevuta».

³⁹ Sulla tutela del consumatore si veda M. BERTANI, *Pratiche commerciali scorrette e consumatore medio*, Milano, 2016, p. 1 ss.

politiche comunitarie ad intervenire con provvedimenti che disciplinino le informazioni garantendo affidabilità e verificabilità al prodotto e al suo ciclo di vita⁴⁰.

La categoria dei *green claims* - e più in generale tutte le forme di comunicazione ambientale già presenti nell'art. 1 delle Modifiche della direttiva 2005/29/CE comprensiva di messaggi o dichiarazioni aventi carattere non obbligatorio a norma del diritto dell'Unione o del diritto nazionale, presenti in testi e rappresentazioni figurative, grafiche o simboliche in qualsiasi forma, tra cui marchi, nomi di marche, di società, di prodotti, garanti di impatto positivo o nullo sull'ambiente di un dato prodotto o professionista, o meno dannosi per l'ambiente rispetto ad altri o migliorati nel corso del tempo - si sono sviluppati nel frattempo senza un correlato sistema normativo, giacché quello esistente carente di standard comuni specifici della pubblicità comparativa⁴¹, era bisognoso di un *framework* normativo capace di introdurre per ogni forma di comunicazione e/o pubblicità principi di chiarezza, specificazione, da sostituire alla ambiguità ed accuratezza e rispettosi della direttiva 2005/29/CE⁴².

Il 22 marzo 2023 la Commissione Europea con la proposta di direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite da coordinare con la proposta di direttiva⁴³ del Parlamento Europeo

⁴⁰ Cfr. C. PAPPALARDO, "Sottolineare il carattere ecologico di un prodotto nell'attuale momento storico, nel quale il valore ecologico riscuote la generalità dei consensi" - *Trent'anni di Green Claim nella giurisprudenza del Giurì e dell'AGCM*, cit., p. 235 ss.; i precedenti in tema di pubblicità ambientale ingannevole sono numerosi tra cui è possibile annoverare: «l'uso del colore verde, e di immagini, segni, "impressioni generali" collegati alla tematica ambientale; l'utilizzo di termini tecnici riferiti all'ambito ecologico (biodegradabile, riciclabile, etc...) e l'uso di certificazioni a supporto; le iniziative ambientali presentate in modo ingannevole; il problema dei claim generici; il problema dei vantì ambientali con riferimento a prodotti inquinanti: questo per quanto riguarda sia i prodotti inquinanti in sé, sia per quanto riguarda l'imballaggio (quest'ultimo molto più frequente, perché applicabile a tutte le tipologie di prodotti); i vantì di assenza di componenti inquinanti: in questo caso, oltre ai problemi generali legati ai vantì di assenza (tra tutti la denigrazione e il vanto di caratteristiche comuni a tutti i prodotti), vi è da tenere in considerazione, oltre al componente sostituito, quello sostituto; il problema di calcolare l'impatto ambientale considerando l'intero ciclo di vita del prodotto: problema che è al centro delle iniziative, anche di carattere legislativo, dell'Unione Europea».

⁴¹ Sul tema P. AUTERI, *La disciplina della pubblicità*, in AA.VV., *Diritto industriale, proprietà intellettuale e concorrenza*, Torino, 2023, p. 464 ss.

⁴² Sul tema delle pratiche commerciali scorrette e attività del professionista si veda A. BARENGHI, *Diritto dei consumatori*, Milano, p. 195 ss.

⁴³ Cfr. Considerando N. 56 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

e del Consiglio che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE⁴⁴ mira ad intervenire per rafforzare i diritti e la protezione dei consumatori⁴⁵ e delle imprese⁴⁶ dalle pratiche di *greenwashing*⁴⁷, insistendo sulla trasparenza, attendibilità, comparabilità e verificabilità delle informazioni, focalizzandosi sulle tematiche di sostenibilità, l'aspetto ambientale⁴⁸,

⁴⁴ Cfr. S. PERUGINI, *La normativa comunitaria*, in G. CASSANO, M. DONA, R. TORINO, a cura di, *Il diritto dei consumatori*, Milano, 2021, p. 35 ss.

⁴⁵ «La presente proposta mira a rafforzare i diritti dei consumatori modificando due direttive che ne tutelano gli interessi a livello di Unione: la direttiva sulle pratiche commerciali sleali (direttiva 2005/29/CE) e la direttiva sui diritti dei consumatori (direttiva 2011/83/UE). Più specificamente la proposta mira a contribuire a un'economia dell'UE circolare, pulita e verde consentendo ai consumatori di prendere decisioni di acquisto consapevoli e quindi contribuire a una maggiore sostenibilità dei consumi. Mira altresì a contrastare le pratiche commerciali sleali che distolgono i consumatori da scelte di consumo sostenibili. Migliora infine la qualità e la coerenza dell'applicazione delle norme dell'UE in materia di tutela dei consumatori. La proposta è una delle iniziative previste nella nuova agenda dei consumatori e nel piano e dà seguito al Green Deal europeo. Dare ai consumatori la possibilità di scegliere e offrire loro soluzioni meno onerose è un elemento centrale del quadro strategico in materia di prodotti sostenibili. Tale obiettivo va conseguito attraverso una maggiore partecipazione dei consumatori all'economia circolare, in particolare fornendo loro informazioni migliori in merito alla durabilità e alla riparabilità di determinati prodotti prima della conclusione del contratto e tutelandoli maggiormente dalle pratiche commerciali sleali che impediscono acquisti sostenibili. [...] Queste misure sono necessarie per aggiornare la normativa vigente in materia di consumatori al fine di garantire che questi siano tutelati e possano contribuire attivamente alla transizione verde», cfr. Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione, Bruxelles, 22.3.2023 COM(2023) 166 final, 2023/0085 (COD).

⁴⁶ «Nel Green Deal europeo la Commissione si è impegnata a garantire che i consumatori siano responsabilizzati a compiere scelte più informate e a svolgere un ruolo attivo nella transizione ecologica. Più precisamente il Green Deal europeo stabilisce l'impegno a contrastare la problematica delle asserzioni ambientali false, garantendo agli acquirenti di ricevere informazioni attendibili, comparabili e verificabili, e così permettendo loro di prendere decisioni più sostenibili e ridurre il rischio di un marketing ambientale fuorviante (*greenwashing*). [...] Il piano industriale del Green Deal, di recente adozione, ribadisce la necessità di consentire ai consumatori di compiere le loro scelte in base a informazioni trasparenti e attendibili sulla sostenibilità, sulla durabilità e sull'impronta di carbonio dei prodotti e sottolinea che la trasparenza del mercato è uno strumento che agevola la diffusione di prodotti a zero emissioni nette con un livello superiore di prestazioni tecnologiche e ambientali. Il Parlamento europeo e il Consiglio hanno invitato la Commissione a valutare ulteriori interventi nel settore. [...] I consumatori desiderano essere maggiormente informati sugli impatti ambientali dei loro consumi e compiere scelte migliori. Tra le richieste della Conferenza sul futuro dell'Europa vi è l'invito a una maggiore trasparenza per quanto riguarda la sostenibilità e l'impronta ambientale dei prodotti, in particolare nella proposta 5 su consumo, imballaggio e produzione sostenibili e nella proposta 20 sulla definizione di norme all'interno e all'esterno dell'UE nelle politiche ambientali», cfr. Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio, Sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali), Bruxelles, 22.3.2023, COM(2023) 166 final, 2023/0085 (COD), pp.1 e 2.

⁴⁷ Per un esempio pratico di *greenwashing* e delle sue conseguenze reputazionali e legali si veda A. BOLOGNINI COBIANCHI, *Comunicare la Sostenibilità, Oltre il greenwashing*, Milano, p. 92 e ss.

⁴⁸ Per aspetto ambientale si intende l'elemento delle attività di un professionista o di un settore o di un prodotto o gruppo di prodotti che interagisce o può interagire con l'ambiente.

l'impatto⁴⁹ e le prestazioni⁵⁰ che vengono regolate, stabilendo che le dichiarazioni ambientali (esplicite) siano sottoposte a una serie di controlli e valutazioni a partire dallo stesso professionista, per poi essere certificate da enti terzi accreditati con l'obbligo di mettere a disposizione dei consumatori la sintesi di valutazione e la certificazione attraverso un link o un codice QR⁵¹.

Seguendo le indicazioni della proposta chi vuole adottare e comunicare al pubblico attraverso i *green claims* deve fornire adeguato supporto e prova alle proprie autodichiarazioni attraverso un procedimento costituito da attestazione, comunicazione, revisione, verifica e certificazione.

L'attestazione comporta ai sensi dell'art. 3⁵² che le autodichiarazioni siano 1) *precise*, quando l'asserzione si riferisce all'intero prodotto, a una parte o a determinati aspetti o a tutte le attività del professionista o a una parte o aspetto di esse, a seconda della pertinenza dell'asserzione, 2) *scientificamente riconosciute*, quando il professionista utilizza informazioni accurate rispettando le norme internazionali applicabili⁵³, 3) *spiccatamente ambientali*, dimostrando che gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali oggetto

⁴⁹ Per impatto ambientale si intende qualsiasi alterazione dell'ambiente, positiva o negativa, imputabile in tutto o in parte alle attività di un professionista o di un settore o a un prodotto o gruppo di prodotti durante il suo ciclo di vita.

⁵⁰ Per prestazioni ambientali si intendono le prestazioni di un determinato prodotto o gruppo di prodotti o professionista o settore in relazione agli aspetti ambientali o agli impatti ambientali di detto prodotto o gruppo di prodotti o delle attività di detto professionista o settore.

⁵¹ Si veda il Considerando n. 36 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio, sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali), Bruxelles, 22.3.2023, COM(2023) 166 final, 2023/0085 (COD) secondo cui «i consumatori dovrebbero poter accedere facilmente alle informazioni sul prodotto o sul professionista oggetto di un'asserzione ambientale esplicita e alle informazioni che la attestano. Dette informazioni dovrebbero anche tenere conto delle esigenze dei consumatori più anziani. A tal fine i professionisti dovrebbero fornirle in forma fisica o di link, codice QR o equivalente che rimandi a un sito web in cui sono disponibili informazioni più dettagliate sull'attestazione dell'asserzione ambientale esplicita in almeno una delle lingue ufficiali dello Stato membro in cui essa è formulata. Onde agevolare l'attuazione della presente direttiva, il link, codice QR o equivalente dovrebbe anche garantire facile accesso al certificato di conformità relativo all'attestazione dell'asserzione ambientale esplicita e ai recapiti del verificatore che lo ha redatto».

⁵² Cfr. Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

⁵³ Cfr. Considerando N. 32 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

dell'asserzione sono significativi, 4) *socialmente responsabili*⁵⁴, quando il professionista dimostra che l'asserzione non è rispettosa degli obblighi di legge previsti per i prodotti appartenenti al gruppo di prodotti o per i professionisti del settore, 5) *comparabili*, quando le informazioni sui risultati del prodotto o sul professionista oggetto dell'asserzione sono significativamente migliori in ordine ambientale rispetto ai prodotti del gruppo di prodotti interessato o ai professionisti del settore interessato e se il miglioramento ambientale oggetto dell'asserzione comporta un danno significativo sui cambiamenti climatici, sul consumo di risorse e sulla circolarità, sull'uso sostenibile e sulla protezione delle risorse idriche e marine, sull'inquinamento, sulla biodiversità, sul benessere degli animali e sugli ecosistemi, 6) *complete*, quando si distinguono le eventuali compensazioni delle emissioni di gas a effetto serra utilizzate da quelle comunicate come informazioni ambientali supplementari e se tali compensazioni si riferiscono a riduzioni o assorbimenti delle emissioni e se le stesse sono contabilizzate correttamente per riflettere l'impatto sul clima dichiarato; gli aspetti o le prestazioni ambientali oggetto dell'asserzione devono comprendere anche le informazioni secondarie pertinenti rappresentative della catena del valore specifica del prodotto o del professionista oggetto dell'asserzione.

Sempre in tema di comparabilità delle autodichiarazioni l'art. 4 della proposta prevede l'obbligatorietà della equivalenza di dati e informazioni utilizzati, dei metodi di elaborazione degli stessi e degli aspetti ambientali comparati. In particolare si legge che l'attestazione di asserzioni ambientali esplicite che dichiarano o inducono a ritenere l'impatto ambientale minore o prestazioni ambientali migliori rispetto ad altri prodotti o professionisti ("asserzioni ambientali comparative") sono conformi quando: a) le informazioni e i dati utilizzati per valutare gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali dei prodotti o dei professionisti con cui sono raffrontati sono equivalenti alle informazioni e ai dati utilizzati per valutare gli impatti, gli aspetti o le prestazioni del prodotto o del professionista oggetto dell'asserzione, b) i dati utilizzati per valutare gli

⁵⁴ Con la terminologia responsabilità sociale si considera non solo la responsabilità giuridica dell'impresa, ma anche responsabilità allargata ad interessi ulteriori ed esterni al mero dato normativo.

impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali dei prodotti o dei professionisti con cui sono raffrontati sono generati o estrapolati con modalità equivalenti a quelle usate per i dati utilizzati per valutare le caratteristiche ambientali del prodotto o del professionista oggetto dell'asserzione, c) la copertura delle fasi della catena del valore è equivalente per i prodotti e i professionisti raffrontati e le fasi più significative sono sempre prese in considerazione di tutti i prodotti e i professionisti, d) la copertura degli impatti, degli aspetti e delle prestazioni ambientali deve essere effettuata con modalità equivalenti per i prodotti e i professionisti raffrontati.

L'art. 5 della proposta del 22 marzo introduce poi l'obbligo per la dichiarazione ambientale di essere accompagnata da un documento accessibile in forma fisica o sotto forma di link, codice QR che contenga informazioni sugli aspetti, gli impatti o le prestazioni ambientali oggetto dell'asserzione, le norme internazionali o europee applicabili, gli studi o i calcoli utilizzati per valutare, misurare e monitorare gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali oggetto dell'asserzione, senza omettere risultati e spiegazioni circa la portata, l'ipotesi e i limiti, fatte salve le informazioni coperte da segreto commerciale, seguita da una concisa spiegazione delle modalità dei miglioramenti oggetto dell'asserzione e da ultimo dal certificato di conformità ex art. 10 con l'attestazione dell'asserzione e i recapiti del verificatore redigente. Il QR, in presenza di asserzioni ambientali relative al clima basate su compensazioni delle emissioni di gas a effetto serra, deve allegare una sintesi della valutazione chiara e comprensibile per i consumatori destinatari, redatta almeno in una delle lingue ufficiali dello Stato membro in cui l'asserzione è stata formulata.

L'art. 9 della proposta prevede inoltre che le dichiarazioni ambientali siano sottoposte a revisione "periodica" attraverso un riesame e aggiornamento quando si verificano circostanze idonee ad incidere sull'esattezza dell'asserzione ed in ogni caso entro cinque anni dalla data della redazione delle informazioni specificata all'articolo 5, paragrafo 6.

L'attestazione con certificazione ex art. 10 è sottoposta a verifica e convalida indipendente prima di essere resa pubblica⁵⁵, così l'art. 11⁵⁶ prevede la figura del verificatore indipendente, organismo terzo di valutazione della conformità accreditato a norma del regolamento (CE) n. 765/200847 che deve soddisfare i requisiti di professionalità e di indipendenza dal prodotto, che reca l'asserzione ambientale, o dal professionista ad essa associato, essendo sul punto fondamentale l'assenza di conflitti di interesse che possano far venire meno l'indipendenza di giudizio o l'integrità in relazione alla verifica e alla professionalità dell'attività di verifica per la quale deve essere garantito un livello massimo di integrità professionale e di competenza tecnica (da valutarsi anche in tema di attrezzature, infrastrutture necessarie, e di personale adeguatamente qualificato e dotato della necessaria esperienza incaricato) scevre da pressioni o incentivi (in particolare pecuniari) che possano interferire nel giudizio o nei risultati delle attività di verifica con la copertura da segreto professionale per tutte le informazioni apprese.

A conclusione del controllo il verificatore rilascia un certificato di conformità riconosciuto dalle autorità nazionali competenti, che ai sensi dell'art 13⁵⁷ rappresenta un ulteriore *enforcement* al fine di rendere effettivo e "funzionante" il sistema di controlli previsto.

Gli stati membri poi dovranno individuare un'autorità pubblica competente dotata di poteri di indagine e di intervento estesi anche al commercio elettronico⁵⁸, di cui l'art. 16⁵⁹

⁵⁵ Cfr. Considerando N. 51 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

⁵⁶ Cfr. Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

⁵⁷ Cfr. Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

⁵⁸ In tema di autorità di vigilanza e consumatori cfr. A. CONTALDO E F. ZAMBUCO, *Autorità di vigilanza (enforcement) per la tutela dei consumatori con le azioni esercitabili*, in G. CASSANO, M. DONA, R. TORINO, a cura di, *Il diritto dei consumatori*, cit., pp. 1011 e 1012, dove si legge che si stanno sviluppando politiche volte ad introdurre sistemi di protezione per il consumatore che abbandonando la veste di «mero destinatario passivo di prestazioni erogate dallo Stato, per assumere quella di utente, parte (debole) di un rapporto giuridico del tutto peculiare, intercorrente tra soggetti privati ma «mediato da un'autorità pubblica, dotata di una potestà autoritativa di parziale determinazioni del contenuto delle prestazioni».

⁵⁹ Cfr. Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

elenca i poteri i) di accesso ai documenti, dati o informazioni pertinenti relativi a una violazione delle prescrizioni della direttiva, ii) di richiesta a persone fisiche o giuridiche di informazioni, dati o documenti indipendentemente dal supporto su cui sono memorizzati o dal luogo in cui sono conservati, al fine di accertare la violazione e le sue modalità, iii) di indagine per accertare le violazioni della direttiva o imporre ai professionisti di adottare misure correttive adeguate ed efficaci, iv) di adozione di provvedimenti ingiuntivi, v) di imposizione di sanzioni. L'attività dell'autorità ai sensi dell'art. 15⁶⁰ è comprensiva di controlli periodici sul mercato delle asserzioni ambientali esplicite, dei sistemi di etichettatura ambientale applicati e delle certificazioni se è stata ravvisata una non conformità, provvedendo ad adottare entro trenta giorni tutte le misure correttive del caso.

L'impianto sanzionatorio previsto dalla proposta è improntato all'effettività, proporzione e capacità dissuasiva e indica i seguenti criteri⁶¹ per determinare la sanzione: la gravità, l'entità e durata della violazione, l'intenzionalità o la colpa, la capacità finanziaria, fattori aggravanti o attenuanti e le sanzioni previste vanno dalle ammende che revocano i benefici economici previsti il cui importo è aumentato nel caso di reiterazione, alla confisca dei proventi percepiti per la transazione ed infine l'esclusione temporanea, per un periodo massimo di 12 mesi, dalle procedure di appalto pubblico e dall'accesso ai finanziamenti pubblici, comprensivi di procedure di gara, sovvenzioni e concessioni.

È previsto inoltre il diritto attribuito a persone fisiche o giuridiche o organizzazioni dotate di un legittimo interesse di rivolgersi all'autorità di vigilanza competente

⁶⁰ Cfr. Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

⁶¹ Si veda l'art. 17 nella parte in cui prevede che le sanzioni devono essere determinate sulla base dei seguenti criteri: a) natura, gravità, entità e durata della violazione; b) carattere intenzionale o colposo della violazione e qualsiasi azione intrapresa dal professionista per attenuare il danno subito dai consumatori o porvi rimedio, se del caso; c) la capacità finanziaria della persona fisica o giuridica ritenuta responsabile, quale risulta, ad esempio, dal fatturato complessivo della persona giuridica ritenuta responsabile o dal reddito annuo della persona fisica ritenuta responsabile; d) i benefici economici che i responsabili hanno tratto dalla violazione; e) eventuali precedenti violazioni della persona fisica o giuridica ritenuta responsabile; f) eventuali altri fattori aggravanti o attenuanti applicabili alle circostanze specifiche; g) sanzioni inflitte al professionista per la stessa violazione in altri Stati membri in casi transfrontalieri in cui informazioni relative alle sanzioni sono disponibili attraverso il meccanismo istituito dal regolamento (UE) 2017/2394, se del caso.

presentando reclamo – istituto già previsto dalla proposta *Corporate Sustainability Due Diligence*⁶² - per richiedere misure, quali ispezioni e audizioni della persona o dell'organizzazione.

Da ultimo, ma non per importanza, si segnala l'attenzione del legislatore comunitario sui cc.dd. marchi ambientali⁶³ per i quali all'art. 7⁶⁴, al fine di armonizzare e implementare il sistema di etichettatura europeo⁶⁵, è stato introdotto un espresso richiamo alla disciplina della proposta relativa alle dichiarazioni ambientali.

3. Riflessioni conclusive

⁶² Sul tema dei reclami cfr. C. G. CORVESE, *La sostenibilità ambientale e sociale delle società nella proposta di Corporate Sustainability Due Diligence Directive (dalla insostenibile leggerezza dello scopo sociale alla obbligatoria sostenibilità della due diligence)*, in Banca Impresa Società, 3, 2022, p. 414 ss.

⁶³ Sul punto si veda l'intervento tenuto, in occasione del XIV Convegno Annuale dell'Associazione Italiana dei Professori Universitari di Diritto Commerciale "Orizzonti Del Diritto Commerciale", G. SPEDICATO, *Note sui rapporti tra la disciplina delle pratiche commerciali sleali e la disciplina dei marchi nel contrasto al greenwashing d'impresa*, Roma, 26-27 maggio 2023, secondo cui «la chiarezza delle asserzioni ambientali effettuate tramite un marchio non è in ogni caso funzione solo delle informazioni ambientali eventualmente fornite dal suo titolare, ma è anche influenzata – in termini ben più ampi e generali – dal contesto in cui (e dalle modalità con cui) tale marchio viene concretamente utilizzato: riemerge così nuovamente il tema del contrasto all'*executional greenwashing*, di cui pure si è dato conto in precedenza. A ben vedere, peraltro, contesto e modalità d'uso possono essere tali da rendere decettivo non soltanto un marchio *green*, ma anche un marchio che di per sé non contenga elementi verbali o figurativi in grado di veicolare informazioni circa le qualità ambientali di un prodotto o servizio».

⁶⁴ Cfr. Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali).

⁶⁵ Sul tema si veda A. REDÌ, *L'Ecolabel al crocevia tra ambiente e sviluppo*, in "Rivista Quadrimestrale di Diritto dell'ambiente", 2, 2020, p. 136 ss., quando afferma che si assiste «ad un'evoluzione nelle modalità di tutela dell'ambiente, caratterizzate anche dall'impiego di strumenti di mercato, tra i quali i sistemi di etichettatura ecologica, come, appunto, il marchio Ecolabel. [...] Il marchio, operando in funzione della promozione di una domanda e di un'offerta eco-compatibili, si colloca, inoltre, nel quadro di un nuovo modo di intendere lo sviluppo ed il suo rapporto con l'ambiente, superandosi l'originaria conflittualità, e tentandosi una prima conciliazione tra i due termini, già con l'affermazione del principio dello sviluppo sostenibile. [...] Il marchio europeo di qualità ecologica Ecolabel, attualmente disciplinato dal regolamento (CE) n. 66/2010, del 25 novembre 2009, nel contraddistinguere i prodotti e servizi a ridotto impatto ambientale, anziché porsi in antitesi con lo sviluppo, limitandolo, è in grado di promuovere uno sviluppo compatibile con l'assiologia caratterizzante il nostro ordinamento, orientando il comportamento dei diversi soggetti che operano nel mercato, in senso favorevole per le risorse naturali, e offrendo così anche un significativo contributo alla realizzazione dell'economia circolare».

Le riflessioni e l'analisi delle proposte di direttive europee che precedono, contribuiscono al riconoscimento e alla tutela dell'ambiente nonché della sostenibilità nelle dinamiche del mercato garantendo i diritti dei consumatori.

Proprio la figura del consumatore parrebbe assumere un ruolo centrale nella legislazione dell'Unione in continuum con la politica europea che sostiene ormai da tempo modelli di tutela e promozione degli interessi dei cittadini-consumatori⁶⁶. Gli obiettivi del *Green Deal* saranno raggiungibili se la normativa saprà garantire ai consumatori una collaborazione nel corretto funzionamento del mercato⁶⁷, superando lo svantaggio causato dalle asimmetrie informative, in particolare in tema di dichiarazioni ambientali, che per lungo tempo hanno ostacolato la libertà di scelta fra i diversi beni e servizi offerti dal mercato⁶⁸.

⁶⁶ A. CONTALDO E F. ZAMBUCO, *Autorità di vigilanza (enforcement) per la tutela dei consumatori con le azioni esercitabili*, in G. CASSANO, M. DONA, R. TORINO, a cura di, *Il diritto dei consumatori*, cit., p. 1011.

⁶⁷ Cfr. Considerando N. 6 della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (direttiva sulle asserzioni ambientali), secondo cui «un quadro normativo per le asserzioni ambientali è una delle azioni proposte dalla Commissione per dare attuazione al Green Deal europeo, il quale riconosce che informazioni attendibili, comparabili e verificabili svolgono un ruolo importante per consentire agli acquirenti di prendere decisioni più sostenibili, riducendo il rischio di un marketing ambientale fuorviante (il cosiddetto “greenwashing” o ecologismo di facciata), e prevede l'impegno a intensificare gli sforzi regolamentari e non regolamentari per contrastare le false dichiarazioni di ecocompatibilità».

⁶⁸ Emblematico sul punto l'editoriale *Combat corporate greenwashing with better science*, 5 dicembre 2023, *Nature* 624, 7-8, doi: <https://doi.org/10.1038/d41586-023-03815-8> [data ultima consultazione 13 dicembre 2023], dove si legge che «businesses are under increasing pressure as several jurisdictions seek to make carbon reporting mandatory. Starting next year, large companies in the European Union will be required to make public their climate and other environmental impacts through the Corporate Sustainability Reporting Directive. Rules enacted in California and being developed by the United States Securities and Exchange Commission could do something similar. Researchers must provide their insights by submitting to public consultations and scrutinizing how rules are applied in practice. This input will be key to ensuring that efforts are based on a consensus of the best available evidence — and that carbon-accounting methodology and accepted data sources are included when companies publish their reports. Governments and other authorities must be more proactive about reaching out for researchers' help in shaping policies. Corporate climate reporting has come a long way but greenwashing remains a live concern. The McKenna report rightly urged that progress must be subject to independent evaluation against targets and strategies. Researchers clearly have more work to do to help ensure that the promise of a greener future becomes a reality».

In quest'ottica ben si colloca la concezione di mercato⁶⁹ come luogo in cui le regole⁷⁰ non hanno solo il compito di delimitare e regolare, ma possono promuovere la scelta "politica" e i suoi scopi, come quelli della sostenibilità e dell'ambiente⁷¹.

Lo sviluppo sostenibile potrà essere così compiutamente considerato come canone ermeneutico⁷² che consente la tutela dell'ambiente, la cui centralità è stata dichiarata fondamentale dalla Costituzione agli artt. 9 e 41 nel rispetto del principio generale di solidarietà riconosciuto dall'art. 2 della Cost., se saprà offrire un collegamento e un

⁶⁹ Sul punto appare superata la concezione di mercato quale luogo in cui le regole nascono naturalmente dalla dinamica delle forze economiche che lo pervadono e lo plasmano, cfr. G. ALPA E A. CATRICALÀ, *Diritto dei consumatori*, Bologna, 2016, p. 39

⁷⁰ Cfr. N. IRTI, *L'ordine giuridico del mercato*, Roma-Bari, 1998, pp. 11 e 12.

⁷¹ A titolo esemplificativo si veda il recente convegno promosso dalla Rivista delle Società dal titolo "La s.p.a. nell'epoca della sostenibilità e della transizione tecnologica, Convegno internazionale di studi per i settant'anni della Rivista", 10-11 novembre 2023, Fondazione Giorgio Cini, Isola di San Giorgio Maggiore, Venezia e A. GENOVESE, *La gestione ecosostenibile dell'impresa azionaria, fra regole e contesto*, Bologna, 2023.

⁷² «Sustainable development may thus have a hermeneutical function whether as a customary principle or as a conventional rule, and its characteristics make it a particularly useful interpretative tool. The more flexible and vague the content of the rule used as a hermeneutical reference, the wider the margin of appreciation for the judge in determining the sense of the rule interpreted. Because sustainable development is a notion the content of which varies, its elasticity grants the judge an appreciable degree of liberty, authorizing value, or circumstantial choices to be made. It is therefore a valuable hermeneutical tool weighing upon the interpretation of other rules. [...] Sustainable development is undeniably a very powerful hermeneutical tool in the hands of judges, as it can be used to weigh on the interpretation of existing norms. Having resort to sustainable development in the interpretation process may not only legitimize a dynamic interpretation of treaty rules, but in certain circumstances lead the judge to go as far as to revise the treaty. These outcomes are the result of the integration of, generally, environmental norms into a treaty that did not necessarily take them into account, as well as of the balancing exercise between conflicting norms and interests that sustainable development requires. Sustainable development's interpretative function is thus particularly significant for the power and degree of liberty it grants judges. However, it is only rarely that disputes are brought before the judge, and however powerful the interpretative function may be, sustainable development cannot be limited to that function only. So to limit it would be to ignore its formalization as a primary rule of law aimed at regulating conduct in hundreds of treaties. As attractive as the judicial function may be, its quantitative role in the implementation of international law remains minimal. The primary enforcers of international norms remain the states themselves, and although sustainable development may be used by judges, it is not addressed to them. It is addressed to legal subjects, i.e., states. States are under an obligation to pursue sustainable development; they are bound by an obligation of means, and by implementing these countless treaties they contribute, day after day, to progressively making sustainable development requirements real», cfr. V. BARRAL, *Sustainable Development in International Law: Nature and Operation of an Evolutive Legal Norm*, in *The European Journal of International Law*, 23, 2, 2012, pp. 393 e 398; in senso conforme cfr. F. BERTELLI, *Profili civilistici del «dieselgate», questioni risolte e tensioni irrisolte tra mercato e sostenibilità*, Napoli, 2022, p. 176 ss.

“sodalizio” tra politica, economia e socialità⁷³ in prospettiva intergenerazionale⁷⁴, nel rispetto di un’iniziativa economica capace di perseguire non solo scopi economici, ma anche di utilità sociale e ambientale.

⁷³ Cfr. G. ALPA, *Solidarietà, un principio normativo*, Bologna, 2022, p. 112 ss.

⁷⁴ Sul tema si leggano le parole di M. LIBERTINI, *Concorrenza e coesione sociale*, in *Persona e Mercato*, 2, 2013, p. 127, quando afferma che «il problema è che l’obiettivo di una crescita economica permanente e illimitata è contraddittorio e insostenibile: l’economia non può espandere all’infinito tutte le sue grandezze, in un sistema finito, qual è il pianeta Terra. Nel 2012 si è celebrato il quarantennale del celebre (a suo tempo: oggi è pressoché dimenticato) rapporto del M.I.T. sui “limiti dello sviluppo”. Tutte le previsioni di quel rapporto si sono rivelate – sul piano analitico - sbagliate. Ciò che rimane però inconfutabile è la premessa dell’analisi: l’impossibilità di una crescita illimitata ed eterna dell’economia, come oggi la conosciamo. Ciò significa che verrà, ad un certo momento, un punto di rottura: la quantità di popolazione, le trasformazioni energetiche, i rifiuti tossici, non potranno aumentare all’infinito. Allo stato attuale questi rischi sono sostanzialmente lasciati in eredità alle generazioni future».

