

ESMERALDA COLOMBO  
*CMCC\**

*Azioni giudiziarie Net-Zero: Aspetti di diritto processuale*

*Net-Zero Litigation: Procedural Law Aspects*

**Abstract:** L'affermazione globale dell'obiettivo "net-zero" ha inaugurato una nuova fase del contenzioso climatico, dove il greenwashing e il climate-washing si configurano sempre più come strumenti d'indagine giuridica, non solo etica o comunicativa. A partire da un caso emblematico nazionale (AGCM c. Eni Diesel+), la presente analisi approfondisce l'evoluzione della qualificazione processuale delle pratiche commerciali scorrette in ambito climatico. Il contributo ricostruisce le fasi del contenzioso amministrativo italiano sino alla decisione del Consiglio di Stato del 2024, evidenziando il divario interpretativo fra l'Autorità Antitrust, il TAR Lazio e la giustizia amministrativa suprema, in particolare sul profilo del test del consumatore medio. In prospettiva comparata, la disanima analizza altresì azioni giudiziarie di climate-washing volte alla verifica della potenza decettiva di pratiche d'impresa europee in quattro ambiti: in ambito aviazione, con i casi KLM e TUI, nonché le recenti azioni coordinate della Commissione Europea contro 20 compagnie aeree per pubblicità ingannevole sul clima; in ambito ESG, a carico di Vanguard e Mercer Superannuation; in ambito di energia, a carico di MSC ed EnergyAustralia; e in ambito di prodotti, a carico di Katjes e Clorox Australia. Il presente contributo riflette sulle implicazioni delle recenti evoluzioni giurisprudenziali, in particolare su (i) il rafforzamento dell'onere probatorio a carico dell'impresa e, parallelamente, al ruolo degli enti amministrativi e del terzo settore, ii) l'integrazione tra obblighi di trasparenza e requisiti sostanziali, nonostante rimedi estremamente variegati e non sempre effettivi, e (iii) la necessità di una lettura processuale evolutiva delle pratiche ambientali scorrette. Il concetto stesso di "volontarietà" nei codici etici aziendali viene ivi decostruito alla luce delle teorie della costituzionalizzazione dei sistemi di potere transnazionali, offrendo una chiave di lettura critica sullo slittamento da soft law a vincolo effettivo nel diritto climatico privato.

**Abstract:** The global rise of the "net-zero" target has ushered in a new phase of climate litigation, where greenwashing and climate-washing are increasingly framed not merely as ethical or communicative issues, but as matters of legal inquiry. Starting from a landmark Italian case (AGCM v. Eni Diesel+), this paper explores the procedural evolution of how misleading commercial practices in the climate context are qualified and adjudicated. It reconstructs the stages of the Eni Diesel+ Italian administrative proceedings up to the 2024 Council of State decision, highlighting the interpretative divergence between the Antitrust Authority, the Lazio Regional Administrative Court (TAR), and the highest administrative court, particularly regarding the application of the "average consumer" test. From a comparative perspective, the article analyzes recent European climate-washing litigation across four sectors: the aviation sector, including the KLM and TUI cases, and the coordinated actions of the European Commission against 20 airlines for misleading climate-related advertising; the ESG sector, through the cases against Vanguard and Mercer Superannuation; the energy sector, through the cases against MSC and EnergyAustralia; and in the ambit of products, through the case against Katjes and Clorox Australia. This contribution reflects on the

implications of these case-law developments, in particular on (i) the burden of proof now borne by companies, accompanied by an enhanced role for administrative bodies and civil society actors; (ii) the integration of transparency requirements with substantive obligations, although remedies vary widely and at times fail to be effective; and (iii) the need for an evolving procedural interpretation of unfair environmental practices. Finally, the notion of “voluntariness” in corporate codes of ethics is deconstructed through the lens of constitutional theories of transnational power systems, offering a critical reading of the shift from soft law to enforceable obligations in the realm of private climate law.

**Keywords:** Diritto processuale; *Greenwashing*; *Climate-washing*; *Net-zero*; Pratiche commerciali scorrette; Rimedi.

**Keywords:** Procedural Law; Greenwashing; Climate-washing; Net-zero; Unfair Commercial Practices; Remedies.

## 1. *Il concetto di net-zero*

Il concetto di *net-zero* nasce in ambito scientifico alla fine degli anni 2000, in particolare con due studi chiave pubblicati nel 2009: quello di Myles Allen et al., che evidenzia il legame diretto tra la quantità cumulativa di CO<sub>2</sub> e il riscaldamento globale,<sup>1</sup> e quello di Susan Solomon et al., che dimostra la persistenza plurisecolare della CO<sub>2</sub> nell’atmosfera.<sup>2</sup> Da allora, studiosi come Damon Matthews et al. nel 2012<sup>3</sup> e successivamente l’Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) nel quinto Assessment Report (AR5) del 2013 hanno progressivamente consolidato il principio secondo cui il riscaldamento si arresta solo raggiungendo emissioni nette pari a zero.<sup>4</sup> Il passaggio dal concetto scientifico alla sfera politico-istituzionale avviene con crescente intensità a

---

\* CMCC Foundation, Euro-Mediterranean Center on Climate Change, 20144 Milan, Italy; RFF-CMCC, European Institute on Economics and the Environment, 20144 Milan, Italy. Questo progetto ha ricevuto finanziamenti dal programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell’Unione Europea, nell’ambito dell’accordo di sovvenzione Marie Skłodowska-Curie n. 101028505.

<sup>1</sup> M. ALLEN, D. FRAME, C. HUNTINGFORD et al., *Warming caused by cumulative carbon emissions towards the trillionth tonne*, in «Nature», 458, 2009, 1163–1166.

<sup>2</sup> S. SOLOMON, G.K. PLATTNER, R. KNUTTI, P. FRIEDLINGSTEIN, *Irreversible climate change due to carbon dioxide emissions*, in «Proc Natl Acad Sci», 106, 2009, 1704–1709.

<sup>3</sup> H.D. MATTHEWS, S. SOLOMON, P. RAYMOND, *Cumulative carbon as a policy framework for achieving climate stabilization*, in «Phil Trans R Soc A», 370, 2012 4365–4379.

<sup>4</sup> IPCC, *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* [Stocker, T.F., D. Qin, G.-K. Plattner, M. Tignor, S.K. Allen, J. Boschung, A. Nauels, Y. Xia, V. Bex and P.M. Midgley (eds.)], Cambridge, Cambridge University, 2013.

partire dal 2014, quando il presidente della Banca Mondiale Jim Yong Kim afferma che un accordo globale sul clima debba fornire una chiara strada verso le emissioni nette zero entro il 2100<sup>5</sup>. La sferzata verso l'obbligatorietà dell'obiettivo si raggiunge nel 2015, quando l'articolo 4(1) dell'Accordo di Parigi introduce formalmente il target di un equilibrio tra emissioni e assorbimenti antropogenici nella seconda metà del secolo<sup>6</sup>. Con il rapporto speciale dell'IPCC del 2018 sul riscaldamento di 1,5°C, il *net zero* diventa una soglia esplicita, da raggiungere globalmente non nella seconda metà del secolo, ma entro il 2050, per contenere i danni climatici<sup>7</sup>. È a partire dal 2020 — e con ulteriore slancio dopo la pandemia — che il *net zero* si afferma come mantra della decarbonizzazione globale, adottato da governi, imprese e istituzioni sovranazionali come l'International Energy Agency (IEA).<sup>8</sup> Nel 2022, circa il 91% dell'economia globale risultava coperto da *pledges* di neutralità climatica.<sup>9</sup> A livello di imprese ed enti finanziari, il *net zero* si fonda più su impegni volontari che su vincoli giuridici. Tra le poche eccezioni figurano la legge svizzera sull'innovazione climatica, che impone obblighi diretti alle imprese.<sup>10</sup>

Parallelamente alla diffusione dei target *net zero*, si sono moltiplicate anche le discussioni. Negli ultimi mesi, si è registrata un'ondata crescente di critiche al *net-zero*, anche da parte di attori insospettabili come Tony Blair, che nel 2025 ha denunciato il *net*

<sup>5</sup> IISD, *World Bank President Highlights Role of Economic Transformation in Net Zero Emissions* (10 dicembre 2014), <https://sdg.iisd.org/news/world-bank-president-highlights-role-of-economic-transformation-in-net-zero-emissions/> [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>6</sup> Paris Agreement to the United Nations Framework Convention on Climate Change, Dec. 12, 2015, T.I.A.S. No. 16-1104, Art. 4.

<sup>7</sup> IPCC, *Global Warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty* [Masson-Delmotte, V., P. Zhai, H.-O. Pörtner, D. Roberts, J. Skea, P.R. Shukla, A. Pirani, W. Moufouma-Okia, C. Péan, R. Pidcock, S. Connors, J.B.R. Matthews, Y. Chen, X. Zhou, M.I. Gomis, E. Lonnoy, T. Maycock, M. Tignor, and T. Waterfield (eds.)], Cambridge, Cambridge University Press, 2018.

<sup>8</sup> IEA, *Net Zero by 2050*, Parigi, 2021, <https://www.iea.org/reports/net-zero-by-2050> [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>9</sup> NewClimate Institute, Oxford Net Zero, Energy e Climate Intelligence Unit and Data-Driven EnviroLab, *Net-Zero Stocktake*, 2022, <https://ca1-nzt.edcdn.com/Net-Zero-Tracker/Net-Zero-Stocktake-Report-2022.pdf?v=1655074300> [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>10</sup> J. TRUIN, *How will the Climate & Innovation Act and CBAM affect Swiss business?*, 8 luglio 2023, [https://www.ey.com/en\\_ch/insights/tax/how-will-the-climate-innovation-act-and-cbam-affect-swiss-business#:~:text=On%20Sunday%2C%2018%20June%202023,by%202050%20at%20the%20latest](https://www.ey.com/en_ch/insights/tax/how-will-the-climate-innovation-act-and-cbam-affect-swiss-business#:~:text=On%20Sunday%2C%2018%20June%202023,by%202050%20at%20the%20latest) [data ultima consultazione 15/07/2025].

*zero* come espressione di un’agenda “woke” contribuente a un clima politico sempre più ostile.<sup>11</sup>

Le critiche sono state non solo politiche ma anche scientifiche, ad esempio sull’efficacia e la credibilità delle attuali traiettorie di riduzione delle emissioni e di rendicontazione climatica da parte di imprese ed enti finanziari. In particolare, uno studio pubblicato da Yann Robiou du Pont et al. (2024) sottolinea come gli attuali obiettivi per ridurre le emissioni a livello privato siano strutturalmente miopi, in quanto ignorano del tutto il ruolo di attori innovatori futuri, ovvero nuove imprese e tecnologie che emergeranno lungo le traiettorie di transizione e che potrebbero contribuire—positivamente o negativamente—al bilancio complessivo delle emissioni. Questa cecità metodologica implica che molte valutazioni riguardanti la neutralità climatica delle imprese siano non solo parziali, ma potenzialmente fuorvianti rispetto alla reale compatibilità con gli obiettivi climatici<sup>12</sup> E, potenzialmente, passibili di accuse di *greenwashing*.

## 2. Net-zero nel contenzioso climatico nazionale: Il rischio di greenwashing

Il *greenwashing* consiste ne “l’uso di affermazioni infondate o fuorvianti, oppure di una comunicazione selettiva riguardo alle prestazioni ambientali o *best practices*, a fini commerciali o politici”<sup>13</sup>. In ambito climatico, tale pratica decettiva è salita alla ribalta, in particolare, durante la Conferenza delle Parti a Glasgow (COP26), nel novembre 2021. In quell’occasione, il Segretario Generale dell’ONU annunciò l’istituzione di un gruppo

---

<sup>11</sup> J. ELGOT, *Climate Plan Based on Phasing out Fossil Fuels Doomed to Fail, says Tony Blair*, in The Guardian, 29 aprile 2025, <https://www.theguardian.com/environment/2025/apr/29/phasing-out-fossil-fuels-doomed-to-fail-tony-blair-climate> [data ultima consultazione 07/12/2025].

<sup>12</sup> Y. ROBIOU DU PONT et al., *Corporate emissions targets and the neglect of future innovators*, in «Science», 384, 2024, 388–390.

<sup>13</sup> L. BENJAMIN et al., *CSSN Research Report 2022:1: Climate-Washing Litigation: Legal Liability for Misleading Climate Communications*. Institute at Brown for Environment and Society, 2022, <https://cssn.org/wp-content/uploads/2022/01/CSSN-Research-Report-2022-1-Climate-Washing-Litigation-Legal-Liability-for-Misleading-Climate-Communications.pdf>, p. 3 (traduzione propria) [data ultima consultazione 15/07/2025].

di alto livello di esperti per individuare standard stringenti per misurare e analizzare gli obiettivi *net-zero* di attori non statali<sup>14</sup>.

All'interno di questo contesto, il presente articolo si concentrerà su una delle tre principali categorie emergenti di contenzioso climatico legato ai target *net zero* e, più generalmente, climatici: il *net-zero washing* e il *climate washing*.<sup>15</sup> A differenza delle azioni legali volte a imporre l'attuazione (*compulsion*) o a contestare l'adeguatezza (*sufficiency*) degli obiettivi dichiarati, il *net-zero washing* e il *climate washing*, secondo una recente tassonomia, contestano direttamente la falsità o la distorsione comunicativa degli impegni assunti<sup>16</sup>. I casi di *climate-washing*, tipicamente, sollevano dubbi (i) sull'asserita valenza positiva per il clima di beni o servizi, (ii) sull'omessa dichiarazione di effetti negativi sul clima degli stessi, o (iii) sul coinvolgimento degli enti in campagne di disinformazione volte a screditare la scienza climatica<sup>17</sup>.

Secondo il *Grantham Institute* (2025), il *climate-washing*, categoria afferente al *green* e *net-zero washing*, costituisce attualmente la strategia più diffusa nel contenzioso climatico contro le imprese. Sebbene nel 2024 il ritmo di nuove cause si sia rallentato (25 casi, per un totale di oltre 160 dal 2020), il tasso di successo rimane elevato, rendendo questi strumenti efficaci per la responsabilizzazione delle aziende<sup>18</sup>. A livello di vittorie, sui circa 100 casi decisi nel 2024, più del 60% è risultato favorevole per gli attori, spesso enti amministrativi oppure associazioni, che hanno fatto causa<sup>19</sup>.

---

<sup>14</sup> A. GUTERRES, *Secretary-General's statement on the conclusion of the UN Climate Change Conference COP26*, Glasgow, 13 novembre 2021, <https://www.un.org/sg/en/node/260645> [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>15</sup> L.D. MERNER et al., *Comparative analysis of legal mechanisms to net-zero: lessons from Germany, the United States, Brazil, and China*, in «Carbon Management», 15, 2023. Le tre categorie sono ‘net zero target compulsion’ litigation, ‘net-zero target sufficiency’ litigation, and indeed ‘net-zero washing’ litigation.

<sup>16</sup> L.D. MERNER et al., *Comparative analysis of legal mechanisms to net-zero: lessons from Germany, the United States, Brazil, and China*, in «Carbon Management», 15, 2023, 1–15.

<sup>17</sup> J. SETZER E C. HIGHAM, *Global Trends in Climate Change Litigation: 2025 Snapshot*, London, Grantham Research Institute on Climate Change and the Environment, London School of Economics and Political Science, [https://www.lse.ac.uk/granthaminstitute/wp-content/uploads/2025/06/Global-Trends-in-Climate-Change-Litigation\\_2025-Snapshot.pdf](https://www.lse.ac.uk/granthaminstitute/wp-content/uploads/2025/06/Global-Trends-in-Climate-Change-Litigation_2025-Snapshot.pdf), p. 40 [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>18</sup> *Idem*, pp. 6 e 40.

<sup>19</sup> *Idem*, p. 40.

Tuttavia, si moltiplicano anche gli effetti collaterali, come il fenomeno del *greenhushing*, cioè l'omissione strategica delle comunicazioni aziendali in tema di sostenibilità, per ridurre il rischio di essere oggetto di contenzioso<sup>20</sup>.

Attualmente, i rischi reputazionali e di *greenwashing* risultano essere tra le principali preoccupazioni per gli enti, in particolare per le istituzioni finanziarie.<sup>21</sup> Le dichiarazioni delle autorità di vigilanza hanno contribuito ad aumentare l'attenzione verso il rischio legale di tali contenzioni. In particolare, Frank Elderson, membro del Comitato esecutivo della Banca Centrale Europea, ha segnalato nel 2024 che circa il 70% dei 95 istituti bancari europei analizzati potrebbe trovarsi esposto a un rischio crescente di contenziosi, a causa della discrepanza tra i propri portafogli di credito e gli impegni pubblicamente assunti in linea con l'Accordo di Parigi<sup>22</sup>. I contenziosi climatici stanno, dunque, diventando fattore strutturale del rischio finanziario legato al clima<sup>23</sup>.

### 3. Net-zero nel contenzioso climatico italiano: Il caso EniDiesel+

Un caso emblematico nel panorama italiano in materia di *greenwashing* è quello relativo alla promozione del carburante Eni Diesel+, oggetto di un contenzioso tra Eni S.p.A. e l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), conclusosi solo nel 2024<sup>24</sup>. Il procedimento ha riguardato l'utilizzo di affermazioni ambientali potenzialmente ingannevoli, che facevano risaltare la valenza ecologica del prodotto in termini assoluti, pur trattandosi di un carburante di origine fossile arricchito con una quota (15%) di componente rinnovabile (green diesel da HVO – Hydrotreated Vegetable Oil). Il procedimento fu avviato su segnalazione di alcune organizzazioni della società civile, in particolare, il Movimento Difesa del Cittadino, Legambiente e la *European Federation*

---

<sup>20</sup> *Idem*, pp. 6 e 40.

<sup>21</sup> *Idem*, p. 50.

<sup>22</sup> F. ELDERSON,

“*Failing to plan is planning to fail*” – why transition planning is essential for banks, 23 gennaio 2024, <https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/blog/2024/html/ssm.blog240123~5471c5f63e.en.html> [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>23</sup> T. WETZER et al., *Climate risk assessments must engage with the law*, in «*Science*», 383, 2024, 152–154.

<sup>24</sup> A. PISANÒ, *Global Perspectives on Corporate Climate Legal Tactics: Italy National Report*, Londra, BIICL, 2024, p. 7ff.

*for Transport and Environment – A.I.S.B.L.*, come previsto dall’art. 4 del Regolamento AGCM del 2015 sulle procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore<sup>25</sup>.

Nel 2019, con provvedimento n. 28060 del 2019 (caso PS11400), l’AGCM accertò la violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, irrogando a Eni una sanzione amministrativa di 5 milioni di euro, pari al massimo edittale. La decisione si fondava su più profili di scorrettezza della pratica commerciale, in particolare (i) affermazioni generiche o assolute circa la capacità del carburante di “proteggere l’ambiente” o di essere “green”; (ii) dati imprecisi o non verificabili, come la riduzione “fino al 40%” delle emissioni gassose o “fino al 4%” dei consumi, senza distinguere tra le diverse categorie di veicoli; (iii) un uso suggestivo e amplificante di aggettivi ambientali (“green”, “rinnovabile”) che, secondo l’AGCM, contribuiva a un effetto di “framing” informativo capace di indurre in errore il consumatore medio circa le reali caratteristiche ambientali del prodotto; e (iv) l’attribuzione delle qualità ambientali all’intera miscela, mentre esse riguardavano esclusivamente la componente rinnovabile.

La decisione fu integralmente confermata dal TAR Lazio con sentenza n. 11419 dell’8 novembre 2021, che ribadì la gravità della condotta e la funzione deterrente della sanzione, in linea con l’approccio rigoroso dell’Autorità in materia di *green claims*<sup>26</sup>.

Tuttavia, con la sentenza n. 3701 del 23 aprile 2024, il Consiglio di Stato accolse il ricorso di Eni, annullando il provvedimento dell’AGCM<sup>27</sup>. I giudici amministrativi ritenero che la campagna pubblicitaria di Eni Diesel+ non integrasse una pratica commerciale scorretta, sulla base di quattro elementi principali. Innanzitutto, il collegio giudicante affermò la compatibilità concettuale delle affermazioni con la nozione di *green*. Secondo il Consiglio di Stato, qualora circostanziato, è legittimo qualificare come *green* anche un prodotto *naturaliter* inquinante, sulla scorta dell’allegato I della direttiva

---

<sup>25</sup> AGCM PS11400, 20 dicembre 2019, <https://www.agcm.it/dotcmsdoc/allegati-news/PS11400prov.pdf> [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>26</sup> Consiglio di Stato, Sezione V, Sentenza n. 614 del 25 gennaio 2021, reperibile su *EIUS - Giurisprudenza amministrativa*, <https://www.eius.it/giurisprudenza/2021/614> [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>27</sup> Consiglio di Stato, Sez. VI, sentenza 23 aprile 2024, n. 3701, reperibile su *EIUS - Giurisprudenza amministrativa*, 2024, <https://www.eius.it/giurisprudenza/2024/2657895> [data ultima consultazione 15/07/2025].

2005/29/CE e delle recenti evoluzioni normative europee, tra cui la Direttiva (UE) 2024/825 sulla responsabilizzazione dei consumatori nella transizione verde. In secondo luogo, il Consiglio di Stato affermò la chiarezza visiva e testuale del messaggio di Eni, asserendo che l'indicazione “green 15” fosse graficamente separata e riferita esplicitamente alla sola quota del 15% di componente rinnovabile, escludendo una generalizzazione all'intero prodotto. In terzo luogo, il Consiglio di Stato affermò la non applicabilità del test del consumatore medio. In contrasto con l'approccio adottato da AGCM e TAR, il Consiglio di Stato ritenne che, trattandosi di utenti di veicoli diesel, si potesse presumere un livello di consapevolezza superiore rispetto al consumatore medio, sulla base anche di una survey Doxa allegata agli atti. In ultimo luogo, il Consiglio di Stato affermò la non ingannevolezza tecnica delle specifiche prestazioni ambientali. In particolare, le affermazioni relative alla riduzione dei consumi e delle emissioni, seppur generiche (“fino al 4%”, “fino al 40%”), si basavano su test condotti da organismi terzi (CNR e IDIADA). Secondo il Consiglio di Stato, non era necessario includere tutti i caveat metodologici in sede pubblicitaria, in quanto il messaggio non risultava ingannevole nel suo complesso.

Dal punto di vista processuale, il caso EniDiesel+ evidenzia una divergenza significativa nell'interpretazione del concetto di *green claim* e nella profilazione del consumatore medio da parte delle autorità e dei giudici amministrativi, oltre che un onere della prova particolarmente ingente per l'AGCM. Mentre AGCM e TAR Lazio adottano un approccio prudentiale e protezionistico, il Consiglio di Stato opta per una lettura più permissiva per l'ente adito, che valorizza la trasparenza contestuale del messaggio e riconosce una maggiore tolleranza per i *green claim*, anche in ambiti ad alta intensità di CO<sub>2</sub>.

#### 4. Net-zero e greenwashing nel contenzioso comparato

##### 4.1 Profili metodologici

L'evoluzione giurisprudenziale mostra approcci differenziati nei diversi ordinamenti, dove il contenzioso rappresenta uno strumento cruciale di controllo reputazionale e, in

prospettiva, anche finanziario del *greenwashing*. In questa sede si considerano esclusivamente i casi già decisi nei confronti di imprese, dunque la *corporate climate litigation*,<sup>28</sup> particolarmente emblematici nel contesto europeo e australiano. Va precisato che sono esclusi da questa rassegna i casi ancora pendenti, come quello avviato da ClientEarth nel 2025 contro BlackRock dinanzi all'Autorità dei mercati finanziari francese (AMF), avente ad oggetto presunte dichiarazioni ingannevoli nella promozione di fondi “sostenibili” fortemente esposti a investimenti fossili<sup>29</sup>.

#### 4.2 *Il filone aviazione*

##### 4.2.1 *Il caso FossielVrij NL v. KLM*

Il contenzioso promosso da FossielVrij NL contro la compagnia aerea KLM rappresenta una delle prime pronunce europee in materia di *greenwashing* legato al trasporto aereo. Il Tribunale distrettuale di Amsterdam, con sentenza del 20 marzo 2024, riconobbe la natura ingannevole della maggior parte delle affermazioni ambientali contenute nella campagna pubblicitaria “Fly Responsibly” e nei materiali promozionali relativi al servizio “CO2ZERO”<sup>30</sup>.

Dal punto di vista delle fonti, la causa fu incardinata nella legislazione olandese sulle pratiche commerciali sleali (artt. 6:193a–6:193j del Codice civile), combinata con la nozione generale di illecito civile (art. 6:162 del Codice civile). Il promotore dell’azione, FossielVrij NL, sosteneva che le dichiarazioni pubblicitarie di KLM—tra cui affermazioni quali “volare responsabilmente” o la possibilità di compensare integralmente le emissioni acquistando un biglietto—fossero fuorvianti per il consumatore medio, inducendo una falsa percezione dell’impatto ambientale del volo.

---

<sup>28</sup> BIICL,

*Global Toolbox on Corporate Climate Litigation*, <https://www.biicl.org/global-toolbox-corporate-climate-litigation#:~:text=In%20September%202022%2C%20the%20British,their%20activities%20and%20their%20deleterious> [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>29</sup> In base a una ricerca di Reclaim Finance, il contenzioso riguarda 18 fondi sedicenti sostenibili che gestiscono oltre 1 miliardo di USD in investimenti in carbon fossili. In seguito, BlackRock ha annunciato una riclassificazione dei suoi fondi. J. SETZER E C. HIGHAM, *Global Trends in Climate Change Litigation: 2025 Snapshot*, cit., p. 28.

<sup>30</sup> *FossielVrij NL v. KLM* (2024), ECLI:NL:RBAMS:2024:1512.

KLM aveva riconosciuto che le sue attività non fossero al momento sostenibili, ma rivendicava il diritto di comunicare il proprio percorso verso la sostenibilità e le iniziative intraprese in tale direzione, inclusi investimenti in carburanti sostenibili e programmi di compensazione.

Nel 2024, il Tribunale distrettuale di Amsterdam affermò che, sebbene gli annunci oggetto del giudizio non fossero più in uso al momento della decisione, il ricorso presentasse comunque un interesse attuale, vista la natura sistematica del disaccordo e la possibilità di reiterazione futura. Analizzando nel merito i 19 annunci contestati, il Tribunale concluse che 16 di essi configurassero una pratica commerciale sleale vietata.

Nel valutare la liceità delle affermazioni ambientali, il giudice fece riferimento alle linee guida pubblicate nel 2023 dall'Autorità olandese per i consumatori e il mercato (ACM), secondo cui le dichiarazioni di sostenibilità devono essere corrette, chiare, specifiche, fondate su dati verificabili e regolarmente aggiornate. Inoltre, richiamò la prassi dell'*Advertising Code Foundation*, secondo cui quanto più un'affermazione è assoluta, tanto più elevato è il livello di prova richiesto, un elemento di chiara rilevanza processuale e incrementato onere della prova per KLM.

In particolare, il Tribunale ritenne problematico l'utilizzo del marchio "CO2ZERO", che suggeriva al consumatore un'effettiva neutralizzazione delle emissioni generate dal volo all'interno del contesto *net-zero*. Un messaggio di tale portata, osservava il giudice olandese, può influenzare in modo determinante la scelta del consumatore e deve pertanto essere ancorato a dati concreti e verificabili. In mancanza di un legame diretto tra il contributo del cliente e la riduzione effettiva dell'impatto ambientale, l'affermazione risulta fuorviante.

Nonostante il riconoscimento della condotta illecita, il Tribunale non concesse alcuno dei rimedi richiesti, dall'ingiunzione alla rimozione dei contenuti, motivando che gli annunci non fossero più in uso. Il tribunale, inoltre, si rifiutò di estendere l'ingiunzione a dichiarazioni "simili", per il rischio di violazione dell'art. 10 della Convenzione Europea sui Diritti Umani, relativo alla libertà di espressione, ritenendo eccessivamente ampio e

indeterminato il perimetro di un simile divieto. Allo stesso modo, non fu ordinata alcuna rettifica.

Il caso, pur con esiti rimediali modesti, costituisce un precedente rilevante per la qualificazione delle dichiarazioni ambientali nel settore aereo. La decisione conferma che le affermazioni di sostenibilità debbano essere trattate con cautela e proporzione rispetto al reale impatto ambientale del prodotto o servizio pubblicizzato, soprattutto quando implicano promesse di neutralità climatica.

#### 4.2.2 *Il caso TUI - Fair Friday*

Con decisione del maggio 2024, il Consiglio di Appello del Codice della Pubblicità dei Paesi Bassi ha parzialmente accolto il ricorso contro il rigetto, in prima istanza, di un reclamo presentato contro la campagna “Fair Friday” lanciata da TUI nel novembre 2023<sup>31</sup>. Il caso verteva sulla compatibilità delle affermazioni ambientali contenute in tale campagna con l’art. 3.1 del Codice olandese per la pubblicità sostenibile (CDR), norma che impone alle comunicazioni commerciali in ambito ambientale di essere chiare, corrette e non fuorvianti per il consumatore medio.

La campagna “Fair Friday”, promossa da TUI in occasione del Black Friday 2023, aveva presentato diverse offerte di viaggi “più sostenibili”, con enfasi su hotel certificati con etichette ecologiche, progetti di sostenibilità locale e presunti benefici ambientali. Tuttavia, le vacanze pubblicizzate includevano principalmente voli a lunga distanza verso destinazioni come le Isole Canarie e la Repubblica Dominicana, le cui emissioni di CO<sub>2</sub> rappresentano una componente determinante dell’impatto ambientale complessivo del pacchetto.

Nel contesto della campagna, l’elemento della sostenibilità veniva accostato senza chiara distinzione sia agli alloggi sia ai mezzi di trasporto, generando l’impressione che l’intero viaggio potesse essere considerato ecologico essendo pubblicizzato come “*un viaggio più sostenibile a un prezzo normale*”.

---

<sup>31</sup> CVB *Afwijzing Vernietigd (gedeeltelijk) (=Aanbeveling (gedeeltelijk))* 2023/00640 (2024), <https://www.reclamecode.nl/uitspraak/?uitspraakId=476630> [data ultima consultazione 15/07/2025].

La Commissione olandese per la pubblicità aveva inizialmente rigettato il reclamo sulla base di un test processuale specifico, affermando che il consumatore medio sarebbe stato in grado di comprendere che la dicitura “più sostenibile” si riferiva solo a elementi come l’alloggio o il trasporto ferroviario (dove menzionato) e non ai voli aerei in quanto tali. Pertanto, la campagna non avrebbe tratto in inganno il pubblico circa la sostenibilità del volo, né avrebbe indotto a credere che voli a lungo raggio potessero essere acquistati “a prezzo normale” e al tempo stesso essere ecologici.

Il Consiglio di Appello riformò parzialmente la decisione della Commissione, sostenendo che le pubblicità in questione potessero effettivamente fuorviare il consumatore medio circa l’effettivo grado di sostenibilità.

Il Collegio rilevò che, tra le pubblicità analizzate, in particolare nella pubblicità 2, TUI affermava che “*un viaggio più sostenibile tiene conto dell’ambiente e dei trasporti*”, mentre la pubblicità 3, pubblicata in stretta prossimità, promuoveva voli a lunga distanza senza alcuna chiarificazione esplicita sul fatto che questi non fossero compresi tra gli elementi considerati “sostenibili”. Secondo la ricostruzione della corte, tale accostamento era idoneo a che il consumatore medio potesse interpretare l’intera vacanza, incluso il volo, come “più sostenibile”, mancando di informazioni sufficienti per distinguere tra i diversi elementi (trasporto, alloggio, attività) in termini di impatto ambientale.

In particolare, l’uso del messaggio “*un viaggio più sostenibile a un prezzo normale*” fu ritenuto idoneo a generare confusione sulla reale incidenza del volo sulle emissioni e sul prezzo di una reale transizione verso forme di trasporto più sostenibili, come l’utilizzo di carburanti alternativi (eSAF), che invece richiederebbero costi supplementari e investimenti strutturali da parte dell’impresa.

Il Consiglio, quindi, concluse che le pubblicità violassero l’articolo 3.1 CDR, in quanto presentavano in modo ambiguo e fuorviante il concetto di sostenibilità, non permettendo al consumatore di collocare correttamente le singole componenti della vacanza nel loro contesto ambientale. Fu, dunque, ordinato a TUI di cessare l’uso delle pubblicità contestate. Non furono, tuttavia, riconosciuti risarcimenti né fu disposta la pubblicazione di una rettifica.

Come nel precedente caso KLM, tuttavia, si nota la mancanza di rimedi incisivi, una mancanza che lascia aperto il dibattito sui rimedi più appropriati per contrastare pratiche ingannevoli nel *marketing ambientale*.

#### 4.2.3 *Il caso CE e CPC v. 20 compagnie aeree (2024): enforcement cooperativo nell'UE*

Nel 2024, la Commissione Europea, su segnalazione dell'Organizzazione Europea dei Consumatori (BEUC) e in collaborazione con le autorità nazionali della rete di cooperazione per la tutela dei consumatori (*Consumer Protection Cooperation Network – CPC*), avviò un'azione coordinata nei confronti di venti compagnie aeree operanti nell'Unione<sup>32</sup>. L'iniziativa si inseriva in una strategia più ampia di contrasto al *greenwashing* sistematico, in particolare nel settore dell'aviazione, attraverso strumenti normativi e di vigilanza previsti dalla Direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali.

L'azione della Commissione si fondava sugli artt. 5, 6 e 7 della Direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali, i quali vietano rispettivamente (i) pratiche commerciali contrarie alla diligenza professionale che falsano in modo sostanziale il comportamento economico del consumatore medio; (ii) dichiarazioni ingannevoli relative alle caratteristiche principali del prodotto, inclusi asseriti vantaggi ambientali; e (iii) omissioni ingannevoli in mancanza di informazioni rilevanti per una decisione consapevole.

Secondo quanto riportato dal comunicato ufficiale della Commissione e dal BEUC, diverse compagnie aeree continuavano a impiegare espressioni come “volo a emissioni zero”, “climate-neutral”, “compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub>” o “sostenibile” in modo ambiguo, senza fondamento scientifico sufficiente o senza spiegare chiaramente i limiti, le percentuali e i presupposti delle tecnologie (come per i *Sustainable Aviation Fuels* o SAF) o dei meccanismi di *offsetting* promossi.

---

<sup>32</sup> European Commission, *Commission and national consumer protection authorities starts action against 20 airlines for misleading greenwashing practices*, Press Release, 30 aprile 2024, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/sw/ip\\_24\\_2322/](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/sw/ip_24_2322/) [data ultima consultazione 15/07/2025].

Nel quadro della cooperazione transfrontaliera ai sensi del Regolamento (UE) 2017/2394, nel 2024, la Commissione richiese formalmente alle compagnie di rispondere alle critiche mosse entro maggio 2024, di modo che spiegassero in che modo intendessero rettificare o eliminare le pratiche ritenute ingannevoli. Annunciò, inoltre, un ciclo di incontri con la rete CPC per discutere con le imprese soluzioni correttive concrete, sotto il monitoraggio diretto della Commissione.

Qualora le compagnie non avessero dato seguito agli adeguamenti richiesti, le autorità nazionali CPC sarebbero state legittimate a intraprendere azioni di *enforcement*, tra cui sanzioni pecuniarie, ordini di cessazione e, potenzialmente, obblighi di rettifica pubblica o di risarcimento nei confronti dei consumatori lesi.

Dal punto di vista procedurale, questa iniziativa segna un importante passo avanti verso una forma di *enforcement* cooperativo sovranazionale nel contrasto al *greenwashing*, in un settore “*hard-to-abate*”, come quello dell’aviazione, fortemente esposto al rischio di comunicazioni ambientali fuorvianti.

Sebbene al momento non sia stata adottata una decisione formale con effetti vincolanti o sanzioni individuali da parte delle singole autorità, la sola attivazione del procedimento e l’automaticità esplicita di *enforcement* a livello nazionale rafforzano l’effetto deterrente dell’iniziativa e contribuiscono alla progressiva armonizzazione europea in materia di comunicazione ambientale commerciale.

#### 4.3 Il filone ESG

##### 4.3.1 Il caso Mercer

Con la decisione del 2 agosto 2024 nel caso *Australian Securities and Investments Commission v Mercer Superannuation (Australia) Limited*<sup>33</sup>, la Corte Federale Australiana ha comminato una pena pecunaria di 11,3 milioni di dollari australiani (circa 7,4 milioni USD) a carico di Mercer Superannuation per *greenwashing*, accogliendo le domande dell’ASIC (*Australian Securities and Investments Commission*). La società

---

<sup>33</sup> *Australian Securities and Investments Commission v Mercer Superannuation (Australia) Limited* [2024] FCA 850.

aveva promosso sette opzioni di investimento denominate *Sustainable Plus*, dichiarando senza riserve l'esclusione di società operanti nei settori dei combustibili fossili, alcol e gioco d'azzardo. Tuttavia, tra novembre 2021 e marzo 2023, tali affermazioni, diffuse tramite sito web, video (YouTube, Vimeo) e materiali promozionali, si sono rivelate fuorvianti, in violazione delle sezioni 12DB(1)(a) e 12DF(1) dell'*ASIC Act 2001 (Cth)* e del Pt 7.10 del *Corporations Act 2001 (Cth)*.

La Corte accertò che sei delle sette opzioni contenessero partecipazioni effettive in 15 emittenti legati al fossile (tra cui AGL, BHP, Glencore, Whitehaven Coal), 15 legati all'alcol (es. Heineken, Budweiser APAC, Carlsberg) e 19 nel settore del gioco (Crown, Aristocrat, Tabcorp). Il giudice Horan definì la condotta come "seria", evidenziando l'assenza di meccanismi di controllo interni adeguati da parte di Mercer per garantire la veridicità delle affermazioni ESG e l'effettiva applicazione dei criteri di esclusione. Sottolineò, inoltre, che le dichiarazioni ESG fuorvianti minassero la fiducia dei consumatori e l'integrità del mercato dei prodotti sostenibili. Oltre alla sanzione pecuniaria, Mercer fu obbligata a pubblicare per sei mesi una dichiarazione correttiva sul proprio sito, oltre che a rimborsare 200.000 dollari australiani di spese legali e d'indagine all'ASIC. La cooperazione della società nel corso del procedimento fu considerata un fattore attenuante nella determinazione della sanzione.

#### 4.3.2 *Il caso Vanguard*

Nel caso *Australian Securities and Investments Commission v Vanguard Investments Australia Ltd*<sup>34</sup>, deciso dalla Corte Federale Australiana nel marzo 2024, l'autorità amministrativa australiana per i titoli e gli investimenti, ASIC, ottenne una pronuncia favorevole in relazione a presunte condotte fuorvianti da parte di Vanguard nel marketing di uno dei suoi fondi di investimento promosso come "eticamente consapevole". Le violazioni contestate riguardavano gli artt. 12DB e 12DF dell'*ASIC Act 2001 (Cth)*, nonché, in via sussidiaria, le sezioni 18 e 29 dell'*Australian Consumer Law*, l'art. 912C

---

<sup>34</sup> *Australian Securities and Investments Commission v Vanguard Investments Australia Ltd* [2024] FCA 308.

della Corporations Act 2001 (Cth), l'art. 21 del Federal Court of Australia Act 1976 (Cth), e il Trade Practices Act 1974 (Cth).

Secondo quanto emerso in giudizio, e ammesso da Vanguard, le dichiarazioni rese al pubblico e agli investitori, incluse nei *Product Disclosure Statements* (PDS) e nel sito web, non erano veritieri per i seguenti motivi: (i) lo *screening* applicato all'indice sottostante era soggetto a limiti significativi; (ii) una parte sostanziale dei titoli inclusi nell'Indice e nel Fondo proveniva da emittenti non sottoposti a *screening* secondo i criteri ESG applicabili; (iii) erano presenti emittenti in violazione dei criteri ESG dichiarati. Vanguard riconobbe che, attraverso la denominazione del fondo e le comunicazioni commerciali, si veicolava la rappresentazione che il fondo offrisse un'opportunità d'investimento “etica”, inducendo così gli investitori a una valutazione che non trovava riscontro nella gestione effettiva del portafoglio. Il portafoglio del Fondo, infatti, replicava un indice denominato *Bloomberg Barclays MSCI Global Aggregate SRI Exclusions Float Adjusted Index* che escludeva emittenti con attività significative in una serie di settori, tra i quali quello dei combustibili fossili. Tuttavia, la società ammise che l'indice e il fondo includevano titoli di emittenti che non erano stati oggetto di *screening* rispetto ai criteri ESG applicabili, in contrasto con quanto comunicato agli investitori.

La Corte, in una prima parte del procedimento, accolse innanzitutto le richieste di rilievo dichiarativo. In motivazione, la Corte sottolineò come le mezze verità possano essere fuorvianti per l'insufficienza di informazioni che permettono a un membro ordinario o ragionevole della classe di persone a cui è diretto il comportamento di trarre una conclusione ragionevole, ma erronea. In tal senso, la decisione conferma l'elevata soglia di accuratezza richiesta nella comunicazione dei fondi di finanza d'impatto o ESG, in particolare quando si ricorre a etichette valoriali come “eticamente consapevole”. Secondo quanto emerso nel procedimento, circa il 74% dei titoli detenuti dal Fondo, calcolati in base al valore di mercato, non erano stati sottoposti ad alcuna attività di *screening* o verifica rispetto ai criteri ESG dichiarati. La Corte acclarò, altresì, che Vanguard avesse tratto vantaggio dalle condotte ingannevoli, in quanto le rappresentazioni erronee avevano aumentato la sua capacità di attrarre investitori verso il

Fondo. Le dichiarazioni contestate erano state trasmesse in una pluralità di canali pubblici, tra cui: 12 *Product Disclosure Statements* (PDS), un comunicato stampa, contenuti pubblicati sul sito web di Vanguard, un'intervista con la *Finance News Network* pubblicata su YouTube, nonché una presentazione tenuta durante un evento della stessa rete, poi diffusa online.

In una seconda parte del procedimento, sulle sanzioni pecuniarie (*civil penalty*), la Corte irrogò una sanzione record di 12.9 milioni di dollari australiani<sup>35</sup>. Oltre alla sanzione pecunaria, la Corte ordinò di pubblicare, a proprie spese, un avviso di pubblicità avversa (*adverse publicity notice*), nei termini specificati nell'allegato all'ordinanza del tribunale, entro 30 giorni dalla pronuncia dell'ordine. Tale avviso era da effettuarsi su quattro pagine web specifiche del sito ufficiale di Vanguard Australia, relative alla strategia ESG e ai fondi coinvolti, e andava mantenuto visibile per 12 mesi, comparando immediatamente all'accesso di ciascuna delle pagine come riquadro visivo con il titolo “Notification of Misconduct by Vanguard”. Anche per le spese processuali, la Corte stabilì che l'ASIC rimborsasse a Vanguard le spese sostenute per l'udienza dell'8 marzo 2024, mentre Vanguard fu condannata a pagare le restanti spese del procedimento.

#### 4.4 *Il filone energia*

##### 4.4.1 *Il caso MSC Crociere*

Nel settembre 2024, l'Autorità olandese per la pubblicità (RCC) accolse un reclamo contro MSC Crociere, multinazionale svizzero-italiana tra le più grandi compagnie crocieristiche al mondo, per *greenwashing* legato alla promozione del gas naturale liquefatto (*Liquified Natural Gas* o LNG) come soluzione ecologica nel trasporto

---

<sup>35</sup> ASIC, *ASIC's Vanguard greenwashing action results in record \$12.9 million penalty*, 25 Sett 2024, Media Release (24-213MR), <https://www.asic.gov.au/about-asic/news-centre/find-a-media-release/2024-releases/24-213mr-asic-s-vanguard-greenwashing-action-results-in-record-12-9-million-penalty/#:~:text=The%20Federal%20Court%20today%20ordered,Global%20Aggregate%20Bond%20Index%20Fund> [data ultima consultazione 15/07/2025].

marittimo<sup>36</sup>. La decisione si inserisce nel crescente scrutinio normativo europeo verso il settore del turismo e della mobilità.

Nel proprio materiale promozionale, MSC Crociere presentava l'LNG come uno dei “carburanti marittimi più puliti disponibili”, evidenziandolo come parte della propria transizione verso una navigazione sostenibile. Tali affermazioni furono valutate alla luce del Codice olandese per la pubblicità sostenibile, in particolare per la possibile violazione dell’obbligo di accuratezza e chiarezza delle comunicazioni ambientali.

L’Autorità sostenne che, sebbene l'LNG comporti una riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> fino al 20% rispetto ai combustibili convenzionali, resti comunque un combustibile fossile, con impatti ambientali tutt’altro che trascurabili. Inoltre, le dichiarazioni di MSC non menzionavano elementi cruciali come (i) le perdite di metano lungo il ciclo di vita dell'LNG, (ii) la dispersione energetica derivante dalla liquefazione, dallo stoccaggio e dalla distribuzione del carburante; (iii) l'esistenza di alternative più sostenibili, come il bio-LNG o carburanti sintetici.

Nella motivazione, l’Autorità sottolineò che definire l'LNG come “il carburante più pulito” sia fuorviante, poiché trasmette al consumatore medio l'impressione errata che si tratti di una soluzione climaticamente neutra o significativamente sostenibile. Secondo il Collegio, tale messaggio ometteva informazioni rilevanti e induceva a sovrastimare i benefici ambientali dell'LNG rispetto ad alternative realmente innovative. L'affermazione secondo cui l'utilizzo dell'LNG rappresenterebbe un pilastro della sostenibilità dell'azienda non è, secondo l'Autorità, supportata da un quadro completo o trasparente. La comunicazione promozionale, nel suo insieme, risultò idonea a influenzare indebitamente il comportamento economico dei consumatori, violando i principi fondamentali di correttezza e veridicità previsti dal Codice pubblicitario olandese.

La RCC stabilì che MSC non potrà più utilizzare le pubblicità oggetto del reclamo, ordinandone la rimozione. La decisione non menziona provvedimenti sanzionatori né

---

<sup>36</sup> *Advocates for the Future, FossielVrij NL en Reclamejagers v. MSC Cruises the Nederlands B.V* (Dossier 2024/00298) <https://www.reclamecode.nl/images/nieuws/Uitspraak-RCC-MSC-Cruises.pdf> [data ultima consultazione 15/07/2025].

rimedi economici, ma contribuisce a rafforzare il quadro giurisprudenziale emergente contro il *greenwashing* nel settore energia e, in questo caso, trasporti e turismo.

Il caso assume un rilievo particolare anche per la valutazione tecnica dei carburanti alternativi. La RCC richiamò esplicitamente la necessità di investire e comunicare correttamente su soluzioni come il bio-LNG o i combustibili sintetici, in linea con la traiettoria di decarbonizzazione reale richiesta dalla normativa europea.

#### 4.4.2 *Il caso AP4CA v. EnergyAustralia*

Nel maggio 2025, EnergyAustralia raggiunse un accordo con l'associazione *Australian Parents for Climate Action* (AP4CA), ponendo fine a un contenzioso avviato nel 2023 in relazione alla promozione del programma “*Go Neutral*”<sup>37</sup>. Questo programma permetteva ai clienti di aderire al programma su base volontaria, senza costi aggiuntivi, per compensare le emissioni dovute al proprio consumo energetico tramite l'acquisto di crediti di CO<sub>2</sub>, affermando che ciò avrebbe reso la loro energia “*carbon neutral*”.

EnergyAustralia è uno dei principali produttori e fornitori di elettricità in Australia e rappresenta il terzo maggiore emittitore domestico di gas serra in Australia, con 16,2 milioni di tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente emesse nel 2021/22 e 17,4 milioni nel 2022/23.

L'organizzazione AP4CA aveva contestato il programma, sostenendo che le affermazioni ad esso afferenti fossero fuorvianti e costituissero una forma di *greenwashing*, in quanto mascheravano l'impatto ambientale reale dell'energia prodotta con fonti fossili. Conseguentemente, AP4CA affermava che il *marketing* di EnergyAustralia relativo a tale programma configurasse una condotta ingannevole e fuorviante ai sensi della sezione 18 dell'Australian Consumer Law, in quanto le emissioni non venivano effettivamente neutralizzate. In particolare, l'organizzazione evidenziava che circa il 99% dei crediti fossero di tipo “*avoidance*”, ovvero basati sull'evitare emissioni future (ad esempio tramite la cattura del metano), senza però rimuovere CO<sub>2</sub> già presente in atmosfera. Questi crediti, inoltre, non garantivano il principio di

---

<sup>37</sup> *Australian Parents for Climate Action v. EnergyAustralia* (NSD833/2023), Settlement Statement, <https://equitygenerationlawyers.com/case/ap4ca-v-energyaustralia/#1747620911005-2ebdf2ba-e5de> [data ultima consultazione 15/07/2025].

“addizionalità”, cioè il beneficio climatico aggiuntivo che non si sarebbe verificato in assenza del progetto. Le critiche si estendevano anche ai crediti di “rimozione”, ritenuti inefficaci perché basati su progetti a breve termine e privi di rimozione permanente della CO<sub>2</sub>.

Nell’ambito dell’accordo stragiudiziale raggiunto (*settlement*), EnergyAustralia riconobbe pubblicamente che le proprie comunicazioni potessero risultare fuorvianti, si scusò con i propri clienti e si impegnò a migliorare la trasparenza nelle future campagne ambientali.

#### 4.5 *Il filone dei prodotti*

##### 4.5.1 *Il caso Katjes*

Nel caso I ZR 98/23<sup>38</sup>, nel giugno 2024, il Bundesgerichtshof (BGH), vale a dire la più alta corte civile federale tedesca, stabilì che l’uso del termine *klimaneutral* (climaticamente neutrale) in una pubblicità fosse idoneo a integrare una pratica commerciale ingannevole ai sensi dell’art. 5, co. 1 e 2 n. 1 della legge tedesca contro la concorrenza sleale (UWG), qualora tale indicazione non venisse chiaramente definita all’interno della stessa comunicazione pubblicitaria. In particolare, il termine *klimaneutral*, che può riferirsi sia alla riduzione delle emissioni, sia alla loro compensazione, fu ritenuto ambivalente e dunque suscettibile di fraintendimento da parte dei consumatori, specie in assenza di specificazioni che consentano di comprendere se e in quale misura la neutralità climatica derivi da misure di riduzione effettiva delle emissioni o da meccanismi di compensazione esterna.

Richiamando il principio consolidato della necessaria priorità della riduzione sulla compensazione delle emissioni, il BGH ribadì che il ricorso a *claim* ambientali richieda il rispetto di requisiti di particolare rigore in termini di chiarezza, trasparenza e veridicità, analogamente a quanto avviene per la pubblicità in ambito sanitario. La mera indicazione

---

<sup>38</sup> *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V. v. Katjes* (BGH, I ZR 98/23, <https://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&nr=138206&pos=0&anz=1> [data ultima consultazione 15/07/2025].

di un sito web esterno (accessibile tramite QR code) non soddisfa tali standard, dal momento che l'informazione rilevante deve essere già contenuta nel messaggio pubblicitario. In definitiva, la Corte sancì l'illiceità della comunicazione in quanto idonea a trarre in inganno il pubblico sulla reale sostenibilità del processo produttivo, accogliendo la domanda di inibitoria presentata dalla *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs*, vale a dire il Centro per la lotta contro la concorrenza sleale

#### 4.5.2 Il caso Clorox Australia

Nell'aprile 2025, la Corte Federale australiana accertò che Clorox Australia Pty Ltd avesse violato il *Competition and Consumer Act 2010* (Cth), Sch 2 e l'*Australian Consumer Law* ss 18, 29(1)(a), 29(1)(g), 33, 232, 224, 246(2)(b), promuovendo, in modo falsamente ambientale, alcune linee di sacchetti per rifiuti “GLAD” come contenenti “50% ocean plastic”. Le dichiarazioni contestate erano state rilasciate dal luglio 2021 al marzo 2023, su *packaging*, sito web e materiali promozionali. In realtà, il materiale plastico proveniva da comunità dell'entroterra indonesiano, situate fino a 50 km dalle coste, senza alcun contatto diretto con mari, oceani o litorali<sup>39</sup>.

Secondo la Corte, l'uso del termine “ocean plastic” era ambiguo e fuorviante, poiché trasmetteva al consumatore medio l'idea che il prodotto contribuisse a rimuovere rifiuti plastici effettivamente presenti negli oceani, una rappresentazione non corrispondente ai fatti.

Secondo quanto affermato dalla Corte, la sanzione pecuniaria comminata di 8,25 milioni di dollari australiani rifletteva la gravità del comportamento, il grado di disinformazione ambientale trasmessa al pubblico, nonché l'importanza di garantire la veridicità delle dichiarazioni ambientali. Clorox è tenuta, inoltre, entro 90 giorni e a proprie spese, a istituire e attuare, per un periodo di tre anni, un programma di conformità all'*Australian Consumer Law* (ACL) che includa, tra le altre cose, l'aggiornamento delle politiche aziendali per garantire l'adesione all'ACL, la diffusione di una dichiarazione

---

<sup>39</sup> *Australian Competition and Consumer Commission v Clorox Australia Pty Limited* [2025] FCA 357, <https://www.judgments.fedcourt.gov.au/judgments/Judgments/fca/single/2025/2025fca0357> [data ultima consultazione 15/07/2025].

interna che confermi tale impegno, l'adozione di misure concrete per realizzarlo e l'obbligo, per tutto il personale locale di Clorox Australia, di segnalare eventuali violazioni dell'ACL al *Compliance Officer* di Clorox Australia. Entro 14 giorni, Clorox doveva, inoltre, pubblicare un avviso correttivo relativo alle violazioni accertate e versare 200.000 dollari australiani a copertura delle spese legali sostenute dall'Australian Competition and Consumer Commission (ACCC).

La presidente dell'ACCC, Gina Cass-Gottlieb, sottolineò che tale decisione inviasse un messaggio chiaro, nel senso che le affermazioni ambientali debbano essere fondate, verificabili e non fuorvianti.

#### *4.5.3 Conclusioni preliminari*

Negli ultimi anni, la giurisprudenza nazionale ha mostrato un crescente rigore nei confronti delle dichiarazioni ambientali ingannevoli, evidenziando almeno tre tendenze rilevanti: (i) il rafforzamento del ruolo delle autorità amministrative e degli enti del terzo settore, (ii) la convergenza tra obblighi di trasparenza e requisiti sostanziali e (iii) l'emergere di un'interpretazione processuale evolutiva delle pratiche ambientali scorrette.

Rispetto al ruolo rinforzato per enti amministrativi e del terzo settore, la recente azione coordinata della Commissione Europea contro 20 compagnie aeree, tra cui KLM, per pubblicità climaticamente ingannevole conferma la funzione propulsiva delle autorità di *enforcement* nell'armonizzare la repressione del *greenwashing*, anche in assenza di standard europei ancora vincolanti. Parallelamente, in Germania, l'iniziativa della *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs* contro Katjes (I ZR 98/23) ha segnato un precedente importante attraverso l'attivazione della società civile per azionare la giustizia ordinaria con efficacia, facendo leva sull'UWG. A livello australiano, casi come *Vanguard* e *Mercer Superannuation* nel settore ESG, *EnergyAustralia* nel comparto energetico e *Clorox Australia* nel mercato dei beni di consumo, vedono le autorità amministrative esercitare poteri investigativi e sanzionatori in funzione di tutela collettiva, a fronte della retorica volontaristica della responsabilità d'impresa.

A tale riguardo, in secondo luogo, gli obblighi di trasparenza appaiono sempre più integrati da requisiti di tipo sostanziale. Le decisioni più recenti indicano una netta transizione da una regolazione formalistica delle informazioni ambientali a una sostanziale. Il caso *Katjes* è esemplare in tal senso. La Corte tedesca ritenne insufficiente un rinvio a siti web o QR code per giustificare *claim* come “climaticamente neutrale”, richiedendo una chiarezza immediata e interna alla comunicazione stessa circa il significato e i limiti di tale dichiarazione, come nella prassi delle comunicazioni sanitarie. Similmente, nei casi australiani, il criterio dell’“impressione complessiva del consumatore” guida la valutazione della veridicità delle affermazioni ESG. Questa tendenza rivela una progressiva integrazione tra doveri di trasparenza informativa e standard sostanziali di condotta ambientale, pur con una forte eterogeneità nei rimedi. In Europa si privilegiano gli strumenti inibitori e reputazionali, mentre in Australia crescono le azioni risarcitorie e gli impegni correttivi, oltre che reputazionali.

In terzo luogo, la moltiplicazione di dispute legate alle varie forme di *greenwashing* – incluso il *climate washing* – dimostra l’entrata del contenzioso climatico in una fase in cui i tribunali non si limitano più a verificare la veridicità di un *claim*, ma indagano l’intero contesto produttivo, organizzativo e comunicativo del soggetto che si presenta come “sostenibile”. In tale ottica, le procedure amministrative e giudiziarie non sono solo uno strumento di controllo *ex post*, ma anche di costruzione giurisprudenziale di standard normativi evolutivi. La Corte tedesca, in *Katjes*, statuiva, ad esempio, che la pubblicità ambientale non potesse ritenersi neutra rispetto al lessico scientifico e al principio del “primato della riduzione sulle compensazioni”. Questo ruolo evolutivo, fondato sulla scienza climatica, si manifesta anche nella prassi delle autorità amministrative australiane, l’ACCC e l’ASIC, che hanno avviato investigazioni strutturate per verificare se la decarbonizzazione dichiarata dai soggetti economici fosse effettiva.

Come dimostrato da Gunther Teubner, la retorica dell’autoregolazione si dimostra insufficiente nel contesto del *greenwashing*.<sup>40</sup> Ciò che si presenta come efficace è spesso

---

<sup>40</sup> G. TEUBNER, *Reflections on the Constitutionalization of the World Power System*, in J.-P. Robé (a cura di), *Constitutionalisation of the World Power System*, Farnham, Ashgate, 2016.

il risultato di pressioni reputazionali, normative incipienti o (pre-)contenziosi. La giurisprudenza recente conferma questa diagnosi. Ad esempio, la pubblicità “climaticamente neutrale” di *Katjes*, pur formalmente conforme a un codice volontario (l’utilizzo di *offsetting projects*), è stata sanzionata in quanto priva di un reale substrato informativo e concettuale. L’effetto è un’inversione semantica: il “volontario” diventa un surrogato dell’“obbligatorio”. Per questo motivo, un’interpretazione processuale evolutiva, basata sui principi di trasparenza e obblighi sostanziali di pratiche commerciali corrette, diventa essenziale. Essa consente al giudice—e, per estensione, al legislatore in fase di sistematizzazione regolamentare—di superare la superficie delle asserzioni aziendali e valutare la sostanza delle condotte ambientali per correttezza tra operatori e rispetto ai consumatori. In tal senso, le corti diventano attori costituzionali nell’emersione di un diritto climatico transnazionale, capace di sfidare l’autolegitimazione strategica delle imprese<sup>41</sup>.

## 5. Conclusioni

Il presente contributo ha inteso riflettere sulle implicazioni delle recenti evoluzioni giurisprudenziali su tre diverse assi: (i) il rafforzamento dell’onere probatorio a carico dell’impresa e, parallelamente, sul ruolo svolto dagli enti amministrativi e dal terzo settore; (ii) l’integrazione tra obblighi di trasparenza e requisiti sostanziali, nonostante rimedi estremamente variegati e non sempre effettivi; e (iii) la necessità di una lettura processuale evolutiva delle pratiche ambientali scorrette nella quale le corti diventano attori costituzionali nell’emersione di un diritto climatico transnazionale, capace di sfidare l’autolegitimazione strategica delle imprese.

Tali conclusioni sono maturate attraverso l’analisi comparata di recenti pronunce di *climate-washing* in ambito australiano ed europeo, con particolare attenzione alla struttura dei test processuali applicati, alla qualificazione delle condotte fuorvianti e ai rimedi effettivamente irrogati. Il concetto stesso di “volontarietà” nelle promesse

---

<sup>41</sup> Ibid.: «Behind the metaphor of ‘voluntary codes’ lies a reality far removed from genuine volunteering. When transnational companies adopt these codes, it is not out of a commitment to the common good or corporate ethics. Instead, they ‘voluntarily’ comply in response to significant external pressures».

aziendali è stato ivi decostruito alla luce delle teorie della costituzionalizzazione dei sistemi di potere transnazionali, offrendo una chiave di lettura critica sullo slittamento da *soft law* a vincolo effettivo nel diritto climatico privato, che contribuisce a definire i contorni emergenti di una responsabilità giuridica d'impresa ancorata alla tutela dei diritti fondamentali e alla correttezza informativa del mercato.

Il presente contributo ha condotto, in particolare, a due ordini di conclusioni: il primo di carattere generale, il secondo inerente ai filoni giurisprudenziali nei quali è stato declinato l'oggetto di indagine.

A livello generale, il contenzioso climatico di *greenwashing* contro le imprese sembra essere maturato notevolmente negli ultimi anni, passando da una fase di sperimentazione<sup>42</sup> al coinvolgimento sempre maggiore non solo di organizzazioni del terzo settore, ma anche di autorità amministrative. Per le aziende, il messaggio è chiaro: la comunicazione sulla sostenibilità non può prescindere da trasparenza, proporzionalità e verifica tecnico-scientifica, seppure i test applicabili sul consumatore medio e le sanzioni irrogate varino notevolmente in base alle giurisdizioni considerate.

I criteri processuali proposti dal Consiglio di Stato italiano, in particolare, appaiono particolarmente limitati, soprattutto in termini di valutazione concreta della capacità decettiva dei messaggi ambientali. Al contrario, le autorità amministrative e giudiziarie olandesi sembrano adottare un approccio più sofisticato, ancorato a una verifica sostanziale dell'effetto ingannevole della comunicazione sul pubblico di riferimento. Tuttavia, è solo nell'ordinamento australiano che si osserva una strutturazione particolarmente coerente e convincente dei test processuali, saldamente orientata alla tutela effettiva del consumatore. Ciò si riflette sia nel riferimento alla giurisprudenza consolidata, anche al di fuori dell'ambito climatico, sia nell'irrogazione di sanzioni civili dotate di un concreto valore dissuasivo, concepite come *civil penalties* volte a prevenire sistematicamente pratiche di *greenwashing*.

---

<sup>42</sup> BENJAMIN et al., *CSSN Research Report* 2022:1, cit., p. 7ff. Vedasi, ad esempio, il caso australiano ancora pendente di *net-zero washing* concernente la società di gas Santos, risalente al 2021: <https://law.app.unimelb.edu.au/climate-change/case.php?CaseID=701&browseChron=1> [data ultima consultazione 15/07/2025].

A livello specifico dei filoni giurisprudenziali considerati, sembra particolarmente promettente e sotto-utilizzato il rimedio dell'inibitoria e il filone relativo ai beni di consumo, entrambi riscontrati nel caso *Katjes*. Il caso di *enforcement* cooperativo europeo nel filone aviazione riflette l'emergere di una nuova fase del diritto dei consumatori in Europa, in cui la lotta al *greenwashing* non si limita più all'*enforcement* a posteriori di singole pratiche sleali, ma assume una dimensione sistematica, con il coinvolgimento attivo di reti transnazionali e il potenziale utilizzo di strumenti sanzionatori amministrativi in caso di inadempienza. Si tratta, a tutti gli effetti, di un laboratorio giuridico per l'attuazione effettiva del principio di trasparenza ed effettività delle *policy* climatiche nel mercato interno, del quale andrà verificato l'esito in futuro.

Entrambi i casi del filone ESG australiano si inseriscono nel solco aperto dal precedente *McVeigh v. REST* (definito con accordo stragiudiziale), concernente la rilevanza dei rischi climatici nella gestione fiduciaria di portafogli previdenziali, pur non costituente un precedente vincolante<sup>43</sup>.

Nonostante sviluppi notevoli e accelerati, i filoni oggetto della disamina non sono ancora sufficienti per individuare un *trend* di contenziosi climatici, in particolare alla luce di più recenti freni legislativi. A livello europeo, un importante sviluppo si è registrato nel giugno 2025, con l'annuncio da parte della Commissione Europa del ritiro della proposta di Direttiva anti-*greenwashing*, chiamata anche direttiva sui *green claims*<sup>44</sup>, in seguito all'inserimento di un emendamento da parte del Consiglio dell'Unione Europea che avrebbe esteso gli obblighi a circa 30 milioni di microimprese, circa il 96% di tutte le imprese europee<sup>45</sup>. Secondo la posizione della Commissione, l'emendamento avrebbe compromesso gli obiettivi originari della proposta stessa, imponendo un onere sproporzionato a soggetti economici di piccole dimensioni. Lo stallo legislativo così

<sup>43</sup> E. COLOMBO, *From Bushfires to Misfires: Climate-related Financial Risk after McVeigh v. Retail Employees Superannuation Trust*, in «*Transnational Environmental Law*», 2022, 11, 173–199.

<sup>44</sup> European Commission, *Green Claims Directive – Proposal*, [https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-directive-green-claims\\_en](https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-directive-green-claims_en) [data ultima consultazione 15/07/2025].

<sup>45</sup> A. WAX, *Italy withdraws support for EU anti-greenwashing law*, 23 giugno 2025, <https://www.euractiv.com/section/politics/news/italy-withdraws-support-for-eu-anti-greenwashing-law/> [data ultima consultazione 15/07/2025]. Si veda ivi anche il ritiro del sostegno da parte dell'Italia.

determinato rischia di accentuare la frammentazione delle regole processuali e dei test applicabili a livello nazionale, e quindi di rafforzare il ruolo del contenzioso climatico come forma sostitutiva di regolazione.

Parallelamente e precedentemente, nel 2024, il governo australiano ha proposto una moratoria triennale sul contenzioso in materia di *climate-washing*, con l'obiettivo di evitare un “effetto paralizzante” in vista dell'introduzione di nuove norme di rendicontazione climatica obbligatoria. La moratoria, che escluderebbe le sole azioni avviate da autorità amministrative, è oggetto di intenso dibattito, in quanto potrebbe ridurre lo spazio di azione della società civile e dei consumatori, ostacolando la responsabilizzazione delle imprese<sup>46</sup>.

A livello internazionale, di contro, si assiste a un progressivo consolidamento del ruolo degli stati nella regolazione degli attori privati rispetto alla comunicazione ambientale, inclusi i fenomeni di *greenwashing*. Particolarmente rilevante, in tal senso, è la recente Opinione consultiva OC-32/25 della Corte interamericana dei diritti umani del luglio 2025, che ha ribadito come non solo gli stati, ma anche le imprese, abbiano obblighi e responsabilità in relazione ai cambiamenti climatici e ai loro effetti sui diritti umani. Come sottolineato al paragrafo 346 dell'Opinione, spetta agli stati il dovere di stabilire tali obblighi nel quadro normativo interno e di garantirne una effettiva attuazione, promuovendo meccanismi regolatori, sanzionatori e di controllo che includano anche la prevenzione e la repressione di condotte aziendali ingannevoli. In questa prospettiva, il contrasto al *greenwashing* non è più questione meramente etico-commerciale, ma assume una rilevanza giuridica e sistemica nella protezione dei diritti fondamentali e nella salvaguardia dell'integrità informativa del mercato, ancorata al dovere statale di regolamentare e vigilare sul comportamento degli operatori economici privati<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup> J. SETZER E C. HIGHAM, *Global Trends in Climate Change Litigation: 2025 Snapshot*, cit., p. 44.

<sup>47</sup> Corte Interamericana dei Diritti Umani, *Parere consultivo OC-32/25 del 29 maggio 2025, “Emergenza climatica e diritti umani”*, Serie A, n. 32, disponibile su: [https://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea\\_32\\_esp.pdf](https://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_32_esp.pdf) [data ultima consultazione 15/07/2025]. Si vedano anche i paragrafi 347 e 348.

