



■ L'ANALISI

Transizione e pratiche commerciali scorrette

Con la proposta n. 85/2023 un'altra prova dell'impegno di Bruxelles sulle politiche Esg. Quali effetti sulle strategie aziendali?

a pagina 11

NORMATIVA DI SETTORE - ANALISI GIURIDICA

Transizione e pratiche commerciali scorrette, rischi e benefici della proposta della Ue

Con l'iniziativa n. 85/2023 un'altra prova dell'impegno di Bruxelles sulle politiche Esg. Quali effetti sulle strategie aziendali?

di Francesco Piron e Vittorio Lago*

Il 23 marzo la Commissione europea ha sottoposto al vaglio del Parlamento e del Consiglio la proposta di direttiva n. 85/2023, tesa a contrastare l'utilizzo di pratiche commerciali scorrette (PCS) sotto il profilo della sostenibilità ambientale.

Il testo, oltre ad essere articolato nei suoi contenuti, assume rilevanza specie sotto il profilo simbolico a conferma dell'interesse concreto da parte di Bruxelles alla definizione della problematica del greenwashing ed all'individuazione delle più efficaci misure di contrasto e prevenzione. La proposta n. 85/2023 (entrata a far parte di un vero e proprio pacchetto "anti-greenwashing" che include altresì la proposta n. 92/2022 elaborata e presentata dalla medesima C.E. nel marzo del 2022) ha come obiettivo centrale proprio "la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde" e l'introduzione nel novero delle pratiche considerate sleali di alcune condotte come la diffusione di dichiarazioni relative a prestazioni ambientali la cui eccellenza non sia dimostrabile, ovvero di dichiarazioni ambientali eccessivamente generiche o parziali.

Come noto, con il termine greenwashing (utilizzato dalla C.E. per la prima volta nel 2016 nell'ambito di un "working guidance paper" mirato al contrasto delle PCS) suole farsi riferimento a tutte le condotte che contribuiscono alla diffusione di asserzioni false o eccessivamente generiche in grado di costituire un pericolo per la formazione di scelte consapevoli in capo al consumatore, o in ogni caso idonee a fuorviare il consumatore circa la sostenibilità ambientale di un bene od un servizio da parte di un'impresa sostenibile o che si dichiara tale.

A tale proposito, giova ricordare -anche per meglio inquadrare il contesto in cui muovono le iniziative di Bruxelles- che per "impresa sostenibile" secondo l'accezione comunitaria si suole fare riferimento a quella realtà aziendale

impegnata attivamente sui tre pilastri "ESG":

i) Environment: ossia i rischi legati ai cambiamenti climatici, alle emissioni di CO₂, all'inquinamento dell'aria e dell'acqua, agli sprechi e alla deforestazione;

ii) Social: le politiche di genere, i diritti umani, gli standard lavorativi e sindacali;

iii) Governance: le pratiche di governo societarie, la composizione dei CdA (compresa la presenza di consiglieri indipendenti e le politiche di diversità nella composizione); le politiche di retribuzione dei manager, le procedure di controllo, i comportamenti dei vertici e dell'azienda in termini di rispetto della legge e della deontologia.

A fronte di un quadro normativo sul tema della sostenibilità (e in particolare della transizione verde) non ancora organico e completo mancando ad oggi ad es. criteri di misurazione e di rating univoci, vi è anche da sottolineare che spesso tutto è rimesso all'iniziativa della singola impresa. Di conseguenza quella che si può definire come la "strategia aziendale ESG" comporta pertanto non solo una forte esposizione reputazionale verso il mercato e la propria clientela (foriera di possibili contenziosi) ma anche un rischio non trascurabile di carattere sanzionatorio nei confronti delle autorità preposte.

Si ricorda che a livello domestico infatti le affermazioni legate alle iniziative sostenibili possono essere valutate nell'ambito dell'applicazione di diverse norme che riconducono a specifiche condotte illecite: i) il Codice del Consumo (artt. 20-23 D.Lgs. n. 206/2005) in punto di PCS, ingannevoli o comunque considerate ingannevoli, di competenza dell'Antitrust; ii) il Codice Civile art. 2598, in tema di atti di concorrenza sleale ("chiunque si vale direttamente o indirettamente di mezzi non conformi ai principi della correttezza professionale e idonei a danneggiare l'altrui azienda"); iii) il Codice di

Autodisciplina Pubblicitaria (artt. 2 e 12) dell'Istituto di Autodisciplina pubblicitaria, sulla comunicazione commerciale ingannevole anche con specifico riferimento alla tutela dell'ambiente naturale ("la comunicazione commerciale che dichiara o evoca benefici di carattere ambientale o ecologico deve basarsi su dati veritieri, pertinenti e scientificamente verificabili. Tale comunicazione deve consentire di comprendere chiaramente a quale aspetto del prodotto o dell'attività pubblicizzata i benefici vantati si riferiscono") In relazione alle citate norme del Codice del Consumo e al settore energy, è esemplificativo il provvedimento n. 28060 del 20/12/2019 con cui l'Agcm ha inflitto una sanzione da 5 mln di euro ad un giant player per avere utilizzato in modo ingannevole a fini promozionali il termine "green" nella propria campagna pubblicitaria. Nel provvedimento l'Antitrust precisa che i c.d. "green claims" o "environmental claims", diretti a suggerire o, comunque, a lasciar intendere o anche solo a evocare il minore o ridotto impatto ambientale del prodotto offerto, sono diventati un importante strumento pubblicitario in grado di orientare significativamente le scelte di acquisto dei consumatori, sulla base della loro accresciuta sensibilità verso tali tematiche. A motivo di ciò "essi devono riportare i vantaggi ambientali del prodotto in modo puntuale e non ambiguo, essere scientificamente verificabili e, infine, devono essere comunicati in modo corretto".

Ancora l'Agcm con provvedimento n. 24046 del 14.11.2012 con riferimento ad un green claim impiegato da una famosa azienda nelle proprie etichette utilizzate per la vendita di acque minerali in bottiglia, ha statuito che: "Il professionista ha esagerato i benefici quantificandoli, peraltro, sulla base di dati erronei e procedendo a meccanismi di calcolo fondato su approssimazioni non basate su una metodologia scientificamente approfondita".



dita e completa; (...) il professionista nella scelta del metodo di valutazione, (dovrebbe privilegiare) l'utilizzo di metodi uniformi a livello internazionale (come le norme ISO)".

Ora tornando alla proposta formulata dalla C.E. nel marzo di quest'anno, questa pur muovendo dal medesimo principio ispiratore (ossia la tutela dei consumatori finali) rispetto alla precedente del 2022, risulta maggiormente dettagliata e circoscritta, concentrandosi in particolare su due macro aspetti: le attestazioni di sostenibilità ambientale e l'utilizzo di certificazioni ed etichettatura comprovanti la sostenibilità ambientale di determinati prodotti.

Sotto il profilo dei presupposti che guidano la formulazione della proposta di direttiva, è interessante notare che, secondo studi recenti vagliati dalla C.E., una percentuale che si aggira intorno al 60-70% dei consumatori, anche a fronte di prezzi più elevati, opta in fase di acquisto per prodotti eco-sostenibili rispetto a quelli tradizionali. A ciò deve aggiungersi l'ulteriore dato (emerso da una ricerca congiunta condotta dalla C.E. e la Consumer Protection Cooperation sull'attendibilità delle dichiarazioni di sostenibilità pubblicate sui siti web), per cui nel 59% dei casi le affermazioni afferenti la sostenibilità ambientale del prodotto potessero venir classificate come false o ingannevoli e dunque scorrette, ai sensi della direttiva 2005/29/EC.

Allo stesso modo, la valutazione d'impatto che accompagna la proposta 85/2023 rappresenta che, con riferimento ai marchi di qualità ecologica esistenti nell'UE, in quasi la metà dei casi i controlli sono deboli o non eseguiti. Un dato che assume ancor più rilevanza alla luce del fatto che il 27% dei partecipanti alla consultazione pubblica ha indicato che "la proliferazione e/o la mancanza di trasparenza/comprendimento/attendibilità dei loghi/marchi di sostenibilità di prodotti e servizi" si pone quale fattore ostativo rilevante alla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde. Quanto alle singole misure proposte dalla C.E. di rilevanza centrale è l'art. 3, nel quale viene enumerato un lungo elenco di criteri di valutazione che dovranno

guidare il giudizio sulla legittimità di una asserzione ambientale. Tra questi possono distinguersi: se l'asserzione si riferisca all'intero prodotto, a una parte di un prodotto o a determinati aspetti di un prodotto, ovvero se si basi su prove scientifiche ampiamente riconosciute, se sia idonea a dimostrare che gli impatti ambientali o le prestazioni ambientali oggetto dell'asserzione siano significativi dal punto di vista del ciclo di vita e molti altri. Ai medesimi requisiti sono poi soggette anche le asserzioni ambientali "comparative", ossia le affermazioni relative alle prestazioni ambientali di un bene o servizio in relazione ad altri beni o servizi della stessa categoria. Il secondo rilevante elemento "anti-greenwashing" contenuto nella proposta di direttiva è quello dell'introduzione di un divieto di utilizzo dei marchi di sostenibilità che non rispettino requisiti minimi di trasparenza e credibilità. Anche per la categoria dei marchi ambientali, vengono richiamati i medesimi requisiti enumerati dall'art. 3 e ss. relativi alle asserzioni ambientali, ossia si richiede che nell'attribuzione del "punteggio" di sostenibilità conferita dal marchio ambientale si tenga conto dei medesimi requisiti che sono richiesti per la legittimità delle asserzioni relative alle prestazioni ambientali.

Giova rilevare infine che la direttiva opererebbe comunque ex nunc, i marchi già esistenti si sottrarrebbero dunque all'esame "preliminare" che la proposta di direttiva mira ad introdurre, ma non invece pro-futuro ai periodici poteri di vigilanza sul mantenimento dei requisiti (rafforzati), a loro volta previsti dalla proposta di direttiva.

Le novità legislative che tengono occupate le istituzioni comunitarie sul tema sono destinate a provocare un forte impatto specie per il settore energia (già attenzionato dalle autorità antitrust come accennato sopra), i cui 12 maggiori esponenti a livello U.E. proprio in queste ultime settimane sono stati destinatari di pesanti critiche da parte di Greenpeace che in un suo recentissimo rapporto aventi ad

oggetto le politiche ESG di tali colossi energetici ("accusati" di avere effettuato modestissimi investimenti sul fronte delle fonti rinnovabili rispetto a quelli sul fossile) mette in guardia dalla diffusione di asserzioni ambientali fuorvianti nell'ambito della fornitura di energia.

A fronte quindi di un quadro normativo in continua evoluzione sul tema (sempre nel 2023 a gennaio è entrata in vigore anche la direttiva n. 2464/2022 cd. "CSRS" che modifica il precedente regime della rendicontazione non finanziaria ampliando la responsabilità delle imprese in tema di economia sostenibile), è possibile affermare che specie per gli operatori del segmento energy sarà richiesta una sempre maggiore attenzione alle dichiarazioni/attestazioni di sostenibilità ambientale nonché all'utilizzo di certificazioni e/o etichettatura comprovanti tale sostenibilità. D'altro canto però una efficace politica ESG può divenire allo stesso tempo una grande opportunità di espansione e crescita per quelle realtà in grado di sostenere le proprie asserzioni ambientali con dati e operazioni in grado di soddisfare gli stringenti requisiti ipotizzati dalle citate proposte di direttiva. Senza contare poi che i mercati dei capitali (azionari e obbligazionari dove operano gli investitori istituzionali) saranno sempre più costretti a tenere in debita considerazione i parametri ESG, premiando aziende con credenziali ESG comprovate e certificate.

In conclusione può ipotizzarsi che la trama delle iniziative volte a contrastare il fenomeno del greenwashing non solo non si esaurirà con la proposta n. 85/2023 ma anzi, come testimonia il voto favorevole a larghissima maggioranza del Parlamento europeo alla proposta n. 92/2022 (la prima del pacchetto anti-greenwashing), sembra farsi strada una organica politica da parte dell'Ue. volta, da un lato, a contrastare con sempre maggiore determinazione le PCS nell'ambito della transizione verde e dall'altro a premiare l'attuazione da parte delle aziende di autentiche politiche ESG.

***Studio Legale e Tributario CBA**