

Daniele Barbone

SOSTENIBILITÀ TRA OPPORTUNITÀ E RISCHI

IMPRONTA
BP&SEC

ZERO®





Nature il 9 Febbraio 2024

nature climate change



Article

<https://doi.org/10.1038/s41558-024-01925-3>

Globally representative evidence on the actual and perceived support for climate action

Voi sareste disposti a contribuire ogni mese con almeno l'1% del vostro reddito familiare per combattere il riscaldamento globale ?



64%

Ha detto Sì



IL FENOMENO DEL GREENWASHING

Green claim

Tendenza propria di quelle campagne di marketing che suggeriscono un minore o ridotto impatto ambientale del prodotto o servizio offerto rispetto a quelli concorrenti.

Greenwashing

Pratica di comunicazione che punta sulla reputazione green dell'impresa o su caratteristiche sostenibili del prodotto o servizio offerto che risultano a tutti gli effetti false. L'appropriazione indebita di virtù sostenibili è finalizzata alla creazione di un'immagine "verde", e quindi positiva, dell'azienda, per posizionarsi sul mercato sulla base di una inesistente seppur ben pubblicizzata sostenibilità ambientale.





La normativa

Responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde.

Il 6 marzo è stata pubblicata la Direttiva 2024/825/UE per la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde, la quale pone divieti e obblighi di trasparenza al fine di scongiurare (ed eventualmente punire) le pratiche di greenwashing.

Nell'elenco UE delle pratiche commerciali vietate compaiono:

- L'utilizzo di dichiarazioni ambientali generiche (es. "rispettoso dell'ambiente", "verde", "eco", "a impatto zero" ecc.) non supportate da prove;
- L'utilizzo di marchi di sostenibilità non approvati/creati da autorità pubbliche o basati su sistemi di certificazione riconosciuti;
- Dichiarare un impatto zero o un impatto ridotto sull'ambiente sulla base di sistemi di compensazione di gas serra;
- Dichiarazioni infondate sulla durata e sulla riparabilità di un prodotto, inviti a sostituire i beni prima del necessario.

Il termine entro cui gli Stati membri dovranno recepire la direttiva è fissato al 27 settembre 2026.

Normative e raccomandazioni internazionali

che tutelano da greenwashing e green claim non attendibili:

- Compliance Criteria on Environmental Claim;
- Framework for Responsible Environmental Marketing Communication dell'ICC;
- Corporate Sustainability Reporting Directive;
- Norma ISO 17033/2019 sui claim qualificabili come etici.

Green Claim Directive

Regole che permetteranno ad imprese e professionisti di formulare asserzioni verdi non ingannevoli, e quindi di operare sotto una presunzione di legalità.

È una direttiva dedicata agli standard da osservare per conferire veridicità alle asserzioni verdi utilizzate per la promozione di beni e servizi.

Un green claim si considera debitamente comprovato se:

- Si basa su prove scientifiche indipendenti, riconosciute, solide e verificabili;
- Si riferisce ad aspetti, prestazioni o impatti ambientali significativi del ciclo di vita di un prodotto o delle attività complessive di un'impresa e non solo a informazioni e dati secondari;
- Il claim considera tutti gli aspetti e gli impatti ambientali significativi;
- Il claim non si limita a dichiarare che i prodotti/servizi o l'attività del professionista soddisfano i requisiti già imposti dalla legge (divieto già previsto in tema di pratiche commerciali scorrette);
- Il claim è verificato e certificato da enti terzi;

Lo schema di direttiva è stato esaminato in prima lettura con esito favore dal Parlamento Ue lo scorso 12 marzo 2024. L'iter della direttiva in parola non inciderà sull'operatività della citata (altra) direttiva 2024/825/Ue sulla repressione del greenwashing.

Green Claim Directive

Le imprese devono fornire informazioni relative a:

- Aspetti, impatti o prestazioni ambientali oggetto del claim;
- Norme UE o internazionali pertinenti;
- Studi, metodi o calcoli utilizzati per valutare, misurare e monitorare gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali;
- Certificato di conformità relativo alla fondatezza e alla corretta comunicazione del claim e le informazioni di contatto dell'ente verificatore che ha redatto il certificato;
- Descrizione del sistema di monitoraggio e valutazione di cui dispone il sistema di etichettatura ambientale;
- Eventuali informazioni sull'uso corretto o smaltimento del prodotto per ottenere le prestazioni ambientali previste;
- Se il claim si riferisce alle future prestazioni ambientali di un prodotto/servizio, l'impegno del professionista – basato su un approccio scientifico e misurabile – ad apportare miglioramenti alle proprie operazioni e alle catene del valore entro un determinato periodo di tempo.

La Direttiva in questione dovrà coordinarsi con le regole già introdotte dalla citata direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde.

Il ruolo dei programmi di fidelizzazione



Che l'attività proposta sia

**REALMENTE
SOSTENIBILE**



Che l'attività proposta
faccia parte di un

**PROGETTO
STRATEGICO
AZIENDALE
SOSTENIBILE**



Che le iniziative siano

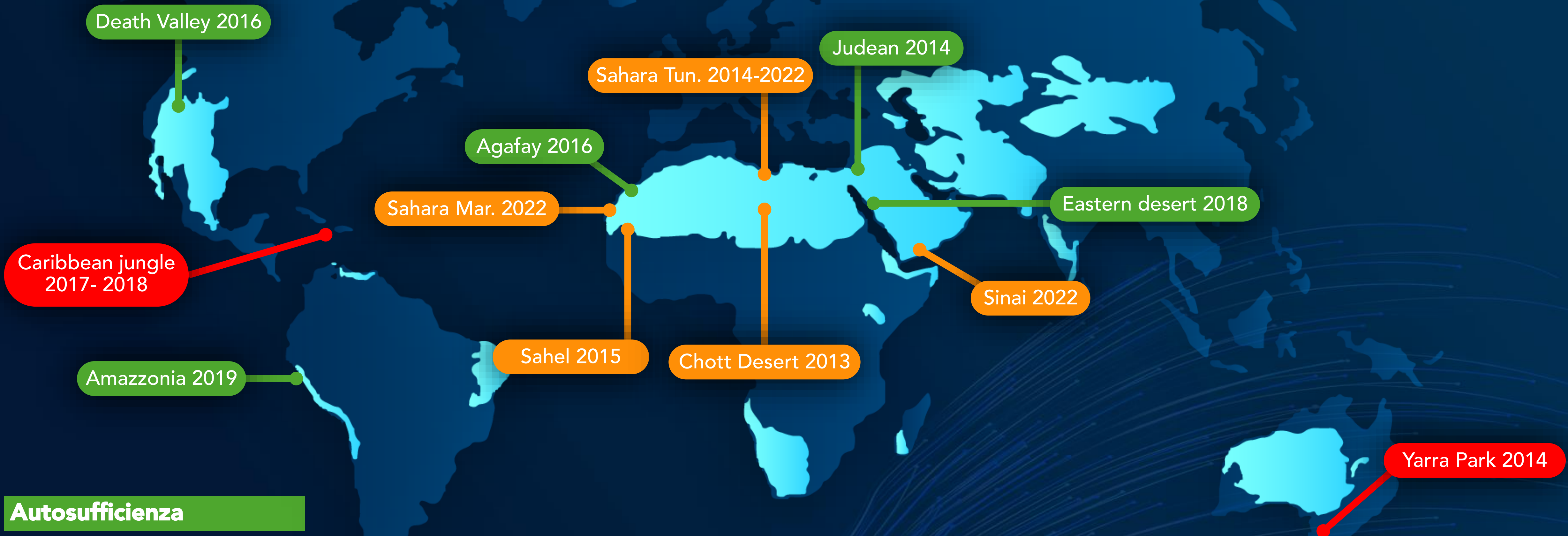
**CERTIFICATE E
QUANTIFICATE**

REALMENTE SOSTENIBILE AZIENDA CERTIFICATA QUANTIFICATA





WALK THE TALK



Autosufficienza

Deserto Gara Ultra trail

Jungle Gara Ultra trail

10 Desert | 4 Forest

[Link video Corriere 48 ore in Amazzonia](#)



DANIELE BARBONE

db@bpsec.it

people | sustainability | innovation

PROTAGONIST