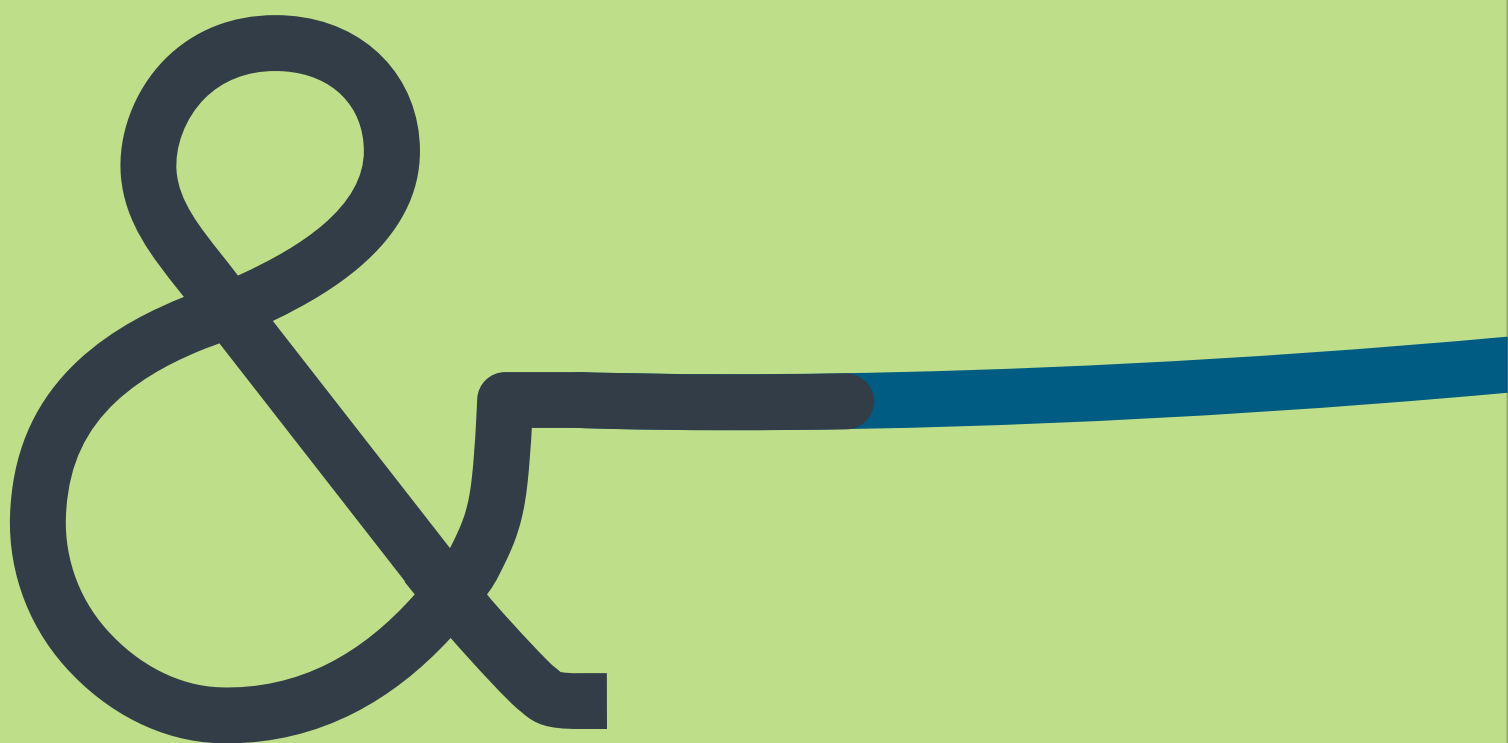


Bird & Bird

Publicata l'attesa
proposta di
Direttiva sui *Green
Claims*

19 aprile 2023



Publicata l'attesa proposta di Direttiva sui *Green Claims*

Il 22 marzo 2023 la Commissione Europea ha pubblicato un documento denominato “*Proposal for a Directive on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive)*” (di seguito la “**Proposta**” o la “**Direttiva**”).

La Proposta ha come principali obiettivi quelli di (i) proteggere i consumatori e le aziende dalle pratiche di *greenwashing*, (ii) contribuire ad accelerare la transizione verso un'economia circolare e coinvolgere i consumatori in tale processo consentendo loro di prendere decisioni di acquisto informate nonché (iii) migliorare la trasparenza delle dichiarazioni ambientali favorendo le imprese che si impegnano per aumentare la sostenibilità ambientale dei loro prodotti o servizi e delle loro attività.

Di seguito si riportano le principali previsioni incluse nella Proposta.

La Proposta riguarda i *green claims*, ossia tutte le “dichiarazioni ambientali esplicite” diffuse volontariamente da un'impresa in merito alle interazioni con l'ambiente (i.e. aspetti ambientali), alle *performance* ambientali o agli impatti - positivi o negativi - sull'ambiente (i.e. impatti ambientali) di un prodotto, di un servizio o dell'attività dell'impresa stessa.

Specificamente:

- “**aspetto ambientale**” farà riferimento a un elemento dell'attività di un'impresa o di un settore ovvero un elemento di un prodotto/servizio o di gruppo di prodotti/servizi che interagiscono o possono interagire con l'ambiente;
- “**impatto ambientale**” farà riferimento a qualsiasi modifica all'ambiente, positiva o negativa, derivante in tutto o in parte dall'attività di un'impresa o di un settore ovvero da un prodotto/servizio o gruppo di prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita;
- “**prestazione ambientale**” farà riferimento alla *performance* di un prodotto/servizio, di un gruppo di prodotti/servizi, di un'impresa o di un intero settore in relazione ai relativi aspetti o impatti ambientali.

Rientreranno nell'ambito di applicazione della nuova normativa **sia i *claim* in forma testuale sia quelli contenuti nei marchi ambientali** adottati da un'impresa nel contesto della sua comunicazione commerciale. Restano invece escluse le autodichiarazioni ambientali già disciplinate da altre norme UE (che ne garantirebbero già la veridicità), quali ad esempio il marchio Ecolabel o il logo degli alimenti biologici.

La Commissione ha inoltre chiarito che la Direttiva assumerà il ruolo di *lex specialis* rispetto alle norme generali in materia di tutela dei consumatori previste dalla Direttiva 2005/29/CE¹.

Prova e comunicazione dei *green claims*

Secondo la Proposta, le imprese che sceglieranno di adottare un *green claim* per promuovere i propri prodotti/servizi o la propria attività dovranno sempre rispettare una serie di **requisiti minimi** sia (i) per **comprovare** tali autodichiarazioni ambientali sia (ii) per comunicarle correttamente al pubblico.

i La prova dei *green claims*

¹ Così come modificata dalla “*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*”, pubblicata dalla Commissione il 20 marzo 2022.

Prima di diffondere un *green claim*, le imprese (ad eccezione delle microimprese²) dovranno innanzitutto fare una valutazione volta a verificare se il *claim* che intendono di volta in volta adottare è debitamente sostanziato.

In particolare, nel contesto della valutazione ogni impresa dovrà:

- specificare se il *claim* si riferisce all'intero prodotto, a una parte del prodotto o a determinati aspetti del prodotto (lo stesso vale per i *claim* relativi ai servizi o all'attività dell'impresa);
- basarsi su prove scientifiche ampiamente riconosciute, utilizzare informazioni accurate e tenere conto di tutti gli *standard* internazionali rilevanti;
- dimostrare che il *claim* fa riferimento ad aspetti, prestazioni o impatti significativi del ciclo di vita di un prodotto o dell'intera attività dell'impresa stessa e non a informazioni e dati meramente secondari al fine di identificare gli impatti ambientali più rilevanti e di consentire all'impresa di evitare l'omissione di informazioni³;
- in caso di *claim* relativi alle prestazioni ambientali, prendere in considerazione tutti gli aspetti e gli impatti ambientali significativi ai fini della valutazione di tale *performance*;
- dimostrare che il *claim* non si limita a vantare che i prodotti/servizi o l'attività dell'impresa possiedono requisiti già imposti dalla legge;
- specificare se gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali del prodotto/servizio o dell'attività dell'impresa oggetto di un *claim* siano significativamente migliori rispetto agli altri prodotti/servizi o alle altre imprese del settore di riferimento;
- identificare se l'asserito miglioramento degli impatti, degli aspetti o delle prestazioni ambientali oggetto del *claim* in realtà comporta un impatto ambientale significativamente negativo, tra le altre cose, sul cambiamento climatico, sul consumo di risorse, sull'inquinamento, sulla biodiversità, sul benessere degli animali e sugli ecosistemi;
- presentare le compensazioni di gas a effetto serra in modo chiaro e trasparente;
- prendere in considerazione tutte le "informazioni primarie" (ossia tutte le informazioni misurate o raccolte direttamente dall'impresa) circa gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali oggetto del *claim*;
- in assenza di informazioni primarie, prendere in considerazione tutte le "informazioni secondarie" disponibili, ossia informazioni basate su fonti diverse, compresi studi letterari, studi tecnici o brevetti, che siano comunque rilevanti rispetto a quanto dichiarato nel *claim*.

Norme più stringenti si applicheranno ove l'impresa (ad eccezione delle microimprese) **intenda dichiarare che i propri prodotti/servizi o la propria attività hanno minori impatti o migliori prestazioni ambientali rispetto ad altri prodotti/servizi o ai competitors** tramite una "dichiarazione ambientale esplicita comparativa". In tal caso, infatti, le imprese dovranno ulteriormente rispettare anche i seguenti requisiti:

- le informazioni e i dati usati per valutare gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali dei prodotti/servizi o dell'attività delle imprese concorrenti devono essere gli stessi usati per valutare i prodotti/servizi o l'attività dell'impresa che diffonde il *claim* comparativo;
- i suddetti dati devono essere generati o reperiti con le medesime modalità sia in relazione ai *competitors* sia in relazione all'impresa che diffonde il *claim*;
- devono essere valutati gli stessi impatti, aspetti e prestazioni ambientali nonché le stesse fasi della catena del valore di un prodotto/servizio o attività e, tra di essi, devono essere sempre presi in considerazione gli elementi più significativi;
- ove venga vantato il miglioramento degli impatti, degli aspetti o delle prestazioni ambientali rispetto a un altro prodotto/servizio della stessa impresa (o di un'impresa concorrente che non è più attiva sul mercato o che in ogni caso non vende più il prodotto/servizio), l'impresa deve spiegare in che modo tale

² Imprese con meno di 10 occupati e che realizzano un fatturato annuo non superiore a 2 milioni di euro.

³ Qualora il prodotto abbia degli impatti ambientali significativi non oggetto del *claim* e non siano disponibili prove scientifiche ampiamente riconosciute ai fini della valutazione del ciclo di vita, l'impresa dovrà tenere conto di tutte le altre informazioni rilevanti che siano disponibili e, se necessario, aggiornare la valutazione una volta che tali prove si rendano disponibili.

miglioramento influisce su altri impatti, aspetti o prestazioni ambientali del prodotto/servizio oggetto del *claim* e deve indicare chiaramente l'anno di riferimento della comparazione.

Le informazioni usate a sostegno delle autodichiarazioni ambientali dovranno inoltre essere riviste e aggiornate dalle imprese ogni volta in cui l'accuratezza del singolo *claim* possa essere compromessa e in ogni caso non oltre cinque anni dalla data in cui le informazioni a supporto delle autodichiarazioni ambientali sono fornite.

Tutti i requisiti previsti dalla Commissione sono di fatto volti ad evitare che le imprese, al fine di presentarsi più "green" rispetto ai *competitors*, diffondano informazioni non veritiere (o quantomeno non sufficientemente corroborate da dati scientificamente rilevanti) e si concentrino su aspetti che non sono in realtà rilevanti per giudicare la "sostenibilità" dell'impresa o dei relativi prodotti/servizi. Ciascun *claim* (la valutazione dovrà infatti farsi caso per caso) sarà pertanto debitamente sostanziato solo ed esclusivamente se l'impresa sarà in grado di rispettare tutti i nuovi requisiti previsti dalla Direttiva.

ii La comunicazione dei green claims

Le imprese (e, solo in parte, le microimprese) dovranno inoltre rispettare una serie di ulteriori stringenti requisiti volti ad assicurare che anche la comunicazione delle autodichiarazioni ambientali sia chiara e comprensibile e, in ultima analisi, non ingannevole per i consumatori.

In primo luogo, i *green claims* potranno avere ad oggetto solo gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali che siano sufficientemente corroborati e che siano significativi per il prodotto/servizio o per l'attività dell'impresa (cfr. precedente paragrafo).

Al fine di comunicare correttamente i *green claims* al pubblico, **le informazioni (i) sul prodotto/servizio o sull'attività dell'impresa oggetto del claim e (ii) sulla fondatezza dei dati forniti dovranno essere rese disponibili insieme al claim, o in forma fisica o sotto forma di link a un sito web, QR code o similari.**

In particolare, le imprese dovranno fornire quantomeno le seguenti informazioni ai consumatori:

- gli aspetti, gli impatti o le prestazioni ambientali oggetto del *claim*;
- le norme UE o internazionali pertinenti, se del caso;
- gli studi o i calcoli usati dall'impresa per valutare, misurare e monitorare gli impatti, gli aspetti o le prestazioni ambientali oggetto del *claim* - senza omettere i risultati di tali studi o calcoli - e le spiegazioni circa la loro portata nonché eventuali limitazioni, a meno che le informazioni non siano qualificabili come segreto commerciale;
- una breve spiegazione di come sono stati ottenuti i miglioramenti oggetto del *claim*;
- il certificato di conformità circa la fondatezza e corretta comunicazione del *claim* e le informazioni di contatto del soggetto che ha redatto tale certificato (cfr. seguenti paragrafi);
- in caso di *claim* relativi al cambiamento climatico che si basano sulla compensazione di emissioni di gas a effetto serra, indicazioni sulla misura in cui tali *claim* si basano su tali compensazioni e se queste ultime si riferiscono alla riduzione o alla rimozione di emissioni;
- una sintesi chiara e comprensibile della valutazione svolta, che includa anche le informazioni appena elencate, in almeno una delle lingue ufficiali dello Stato membro in cui il *claim* è diffuso;
- **se il claim si riferisce a un prodotto finale** destinato alla vendita al consumatore e la fase d'uso è una delle fasi più importanti del ciclo di vita del prodotto stesso, assieme al *claim*, informazioni circa **il corretto uso del prodotto per ottenere le prestazioni ambientali rivendicate**;
- **se il claim si riferisce alle future prestazioni ambientali di un prodotto/servizio o di un'impresa, l'impegno dell'impresa a ottenere un miglioramento dei propri processi e della catena del valore in un dato arco temporale.**

Quanto ai *claim* comparativi, un'impresa potrà vantare il miglioramento degli impatti, degli aspetti o delle prestazioni ambientali rispetto a un altro prodotto/servizio della stessa impresa (o di un'impresa concorrente che non è più attiva sul mercato o in ogni caso non vende più il prodotto/servizio) solo se (i) ha raccolto prove idonee a dimostrare un miglioramento significativo e (ii) se tale miglioramento è stato ottenuto negli ultimi cinque anni.

Saranno altresì vietati tutti quei *claim* che utilizzano il punteggio aggregato dell'impatto ambientale complessivo di un prodotto/servizio o dell'impresa, salvo che il calcolo del punteggio sia fatto sulla base delle norme europee rilevanti.

I marchi ambientali

Rientrano nell'ambito di applicazione della Proposta anche i marchi ambientali, ossia tutti quei marchi che si riferiscano agli impatti, agli aspetti o alle prestazioni ambientali dei prodotti/servizi o dell'attività di un'impresa.

Ogni impresa che intenderà adottare dei marchi ambientali sarà pertanto tenuta a rispettare i medesimi stringenti requisiti previsti per le "dichiarazioni ambientali esplicite" (cfr. precedente paragrafo), sia in merito alla prova sia ai fini della comunicazione al pubblico di tali segni.

Ogni marchio ambientale dovrà inoltre rispettare i requisiti del relativo sistema di etichettatura, il quale avrà appunto il compito di certificare che un prodotto, un processo o un'impresa possiede tutti i requisiti previsti per adottare il marchio ambientale di riferimento.

Con l'introduzione della Direttiva non sarà consentita l'introduzione di nuovi sistemi pubblici di etichettatura, nazionali o regionali, da parte degli Stati membri ma **saranno ammessi solo i sistemi di etichettatura sviluppati e approvati a livello dell'UE** (oltre che quelli già introdotti prima dell'entrata in vigore della Direttiva).

Qualsiasi nuovo sistema di etichettatura privato dovrà essere ammesso dagli Stati membri solo se dimostra di perseguire obiettivi ambientali più ambiziosi rispetto ai sistemi pubblici già esistenti. Una volta approvato, gli Stati membri dovranno notificare alla Commissione l'introduzione di ogni nuovo sistema privato di etichettatura. Analoghe considerazioni valgono per qualsiasi nuovo sistema di etichettatura pubblico introdotto da Paesi terzi, il quale sarà approvato dalla Commissione solo se offrirà un valore aggiunto in termini di obiettivi ambientali rispetto ai sistemi di etichettatura esistenti.

La Commissione pubblicherà e terrà aggiornata la lista di tutti i sistemi di etichettatura, pubblici o privati, approvati all'interno dell'Unione.

Verifica e certificazione dei *green claims* (pre-diffusione)

La Proposta prevede altresì che, prima del loro utilizzo nella comunicazione commerciale, **i *green claims* debbano anche essere verificati e convalidati in modo indipendente.**

Secondo la Proposta, gli Stati membri dovranno infatti incaricare soggetti terzi e indipendenti rispetto alle imprese del cui *claim* si tratta di verificare, caso per caso, il rispetto di tutti i requisiti posti dalla Direttiva in merito alla prova e alla comunicazione al pubblico dei *claim*. Le microimprese – alle quali si applicano solo in parte le previsioni della Direttiva – potranno accedere a tali controlli solo su richiesta.

Una volta completata la verifica e appurato che il *claim* rispetta i requisiti della Direttiva, **il soggetto incaricato dei controlli dovrà, ove possibile, predisporre un certificato di conformità** che attesti che l'autodichiarazione o il marchio ambientale rispetta tutti i requisiti della Direttiva.

Tale certificato di conformità dovrà essere riconosciuto dalle autorità nazionali competenti alla verifica del rispetto della Direttiva e permetterà alle imprese di diffondere liberamente il *claim* in tutta l'Unione Europea senza che tali autorità locali lo possano contestare. Ciò, tuttavia, **non pregiudicherà la possibilità delle altre autorità nazionali e delle corti di valutare se il *claim* rispetta anche le norme generali a tutela del consumatore di cui alla Direttiva 2005/29/CE.** Il rispetto delle previsioni della Proposta non pregiudica dunque la possibilità che il *claim* possa essere ritenuto illecito sotto altri punti di vista.

Autorità competente e sanzioni

La Proposta prevede inoltre l'obbligo per gli Stati membri di individuare un'autorità competente per l'applicazione ed esecuzione della Direttiva. È lasciata in ogni caso la possibilità di designare la stessa autorità già competente per il rispetto della Direttiva 2005/29/CE in materia di tutela dei consumatori (per l'Italia, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato - AGCM).

L'autorità designata avrà, tra le altre cose, il potere di:

- accedere a tutta la documentazione, i dati e le informazioni ritenute rilevanti ai fini della verifica di eventuali violazioni della Direttiva;
- chiedere informazioni a chiunque circa tali documenti, dati e informazioni;
- iniziare investigazioni o procedimenti anche d'ufficio;
- chiedere alle imprese di adottare rimedi adeguati e di intraprendere tutte le azioni appropriate per far cessare le violazioni;
- inibire eventuali pratiche in contrasto con la Direttiva;
- applicare sanzioni.

Quanto alle sanzioni, **la Commissione chiede agli Stati membri di introdurre un impianto sanzionatorio (economico e non) che sia efficace, proporzionato e dissuasivo**. Le sanzioni dovranno essere modulate in base: (i) alla natura, alla gravità, alla portata e alla durata della violazione; (ii) al carattere della violazione (se è intenzionale o se esistono profili di negligenza) nonché a eventuali azioni intraprese dall'impresa per attenuare o rimediare al danno sofferto dai consumatori; (iii) alle condizioni economiche dell'impresa; (iv) ai vantaggi economici ottenuti dalla violazione; (v) ad altri fattori aggravanti o attenuanti, incluse eventuali precedenti violazioni.

Ogni persona fisica o giuridica o organizzazione che abbia un legittimo interesse avrà il diritto di adire l'autorità locale designata in caso di violazioni delle previsioni della Direttiva.

Contatti



Rita Tardiolo

Counsel

+390230356000
rita.tardiolo@twobirds.com



Francesca Signorini

Associate

+390230356000
francesca.signorini@twobirds.com

twobirds.com

Abu Dhabi • Amsterdam • Beijing • Bratislava • Brussels • Budapest • Casablanca • Copenhagen • Dubai
• Dublin • Dusseldorf • Frankfurt • The Hague • Hamburg • Helsinki • Hong Kong • London
• Luxembourg • Lyon • Madrid • Milan • Munich • Paris • Prague • Rome • San Francisco • Shanghai
• Singapore • Stockholm • Sydney • Warsaw

The information given in this document concerning technical legal or professional subject matter is for guidance only and does not constitute legal or professional advice. Always consult a suitably qualified lawyer on any specific legal problem or matter. Bird & Bird assumes no responsibility for such information contained in this document and disclaims all liability in respect of such information.

This document is confidential. Bird & Bird is, unless otherwise stated, the owner of copyright of this document and its contents. No part of this document may be published, distributed, extracted, re-utilised, or reproduced in any material form.

Bird & Bird is an international legal practice comprising Bird & Bird LLP and its affiliated and associated businesses.

Bird & Bird LLP is a limited liability partnership, registered in England and Wales with registered number OC340318 and is authorised and regulated by the Solicitors Regulation Authority (SRA) with SRA ID497264. Its registered office and principal place of business is at 12 New Fetter Lane, London EC4A 1JP. A list of members of Bird & Bird LLP and of any non-members who are designated as partners, and of their respective professional qualifications, is open to inspection at that address.