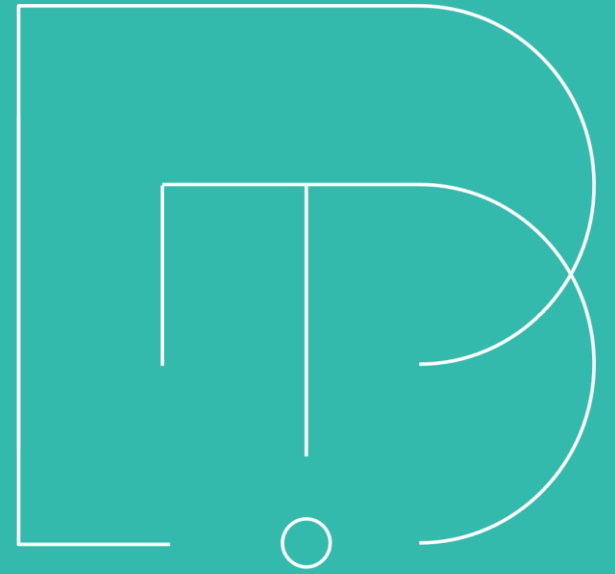


# **GREEN CLAIMS & GREENWASHING**

**Cosa cambia con le nuove regole europee**

 **Message**



# *CONTESTO*

# PERCHÉ PARLARE OGGI DI GREENWASHING

---

59%

Assenza di elementi facilmente accessibili a sostegno delle affermazioni

53%

Contengono informazioni vaghe, ingannevoli o infondate

50%

Informazioni insufficienti per valutare la veridicità dell'affermazione

40%

Non comprovato

73%

Degli europei afferma che l'impatto ambientale dei prodotti è un aspetto rilevante per indirizzare il proprio comportamento di acquisto



# COS'È UN GREEN CLAIM

---

Qualsiasi messaggio (testo, etichetta, simbolo, immagine) che comunica un beneficio ambientale del prodotto, del servizio o dell'impresa: claim su packaging, sito, social, post, advertising, report di sostenibilità.

Strumento di marketing (c.d. *green marketing*) in grado influenzare la scelta dei consumatori

Trattasi di **GREENWASHING** quando un claim ambientale è falso, vago o non verificabile, indipendentemente dall'intenzione di chi lo formula



# LA RISPOSTA DELLE ISTITUZIONI

---

## DIRETTIVA 2024/825/UE (c.d. Direttiva Greenwashing)

Decisioni d'acquisto informate

Contrasto pratiche sleali

Trasparenza marchi di sostenibilità

Divieto pratiche ingannevoli

**Lex generalis**

## PROPOSTA DI DIRETTIVA GREEN CLAIMS

Regolare le dichiarazioni ambientali «esplicite»

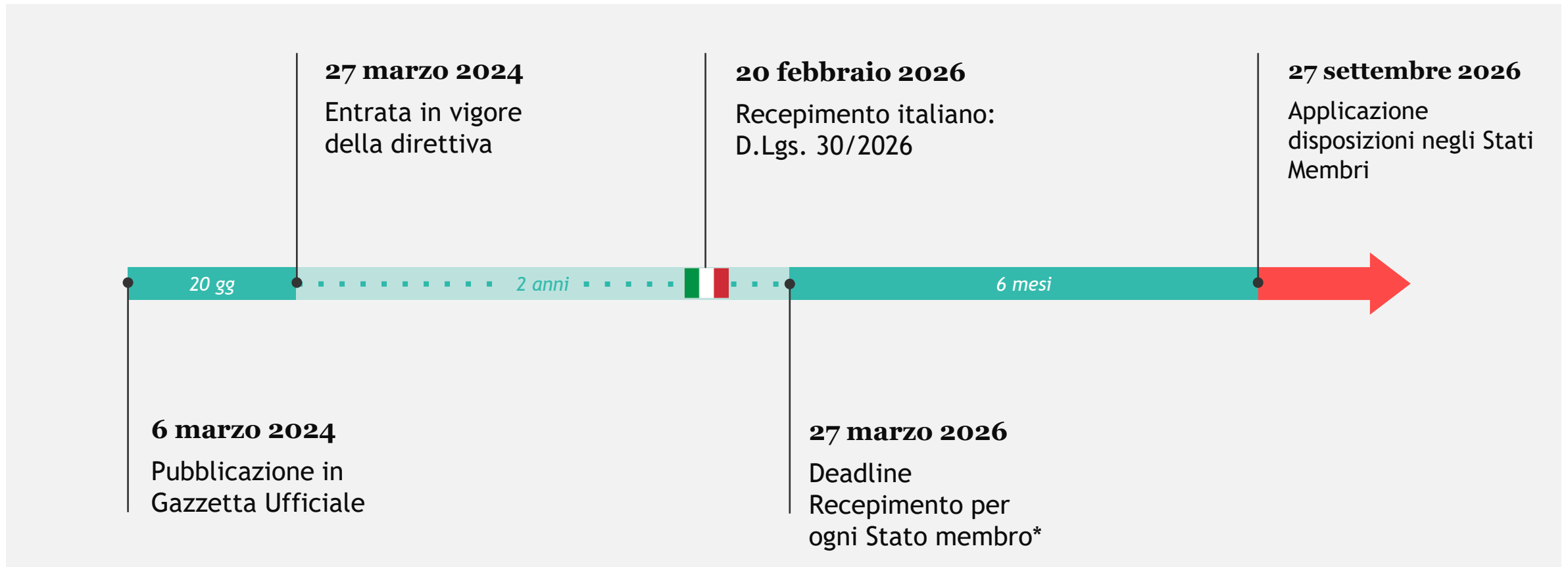
**Lex specialis**

## D.Lgs. 30/2026

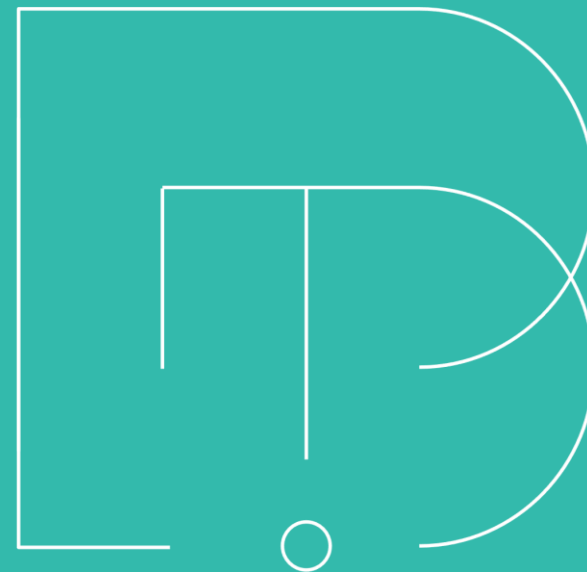
Il D.Lgs. 30/2026 ha recepito in modo **puntuale** la Direttiva 2024/825. Unica differenza è l'utilizzo del termine «**marchio di sostenibilità**» (Direttiva UE) rispetto al termine «**etichetta di sostenibilità**» (D.Lgs 30/2026).



# ENTRATA IN VIGORE “DIRETTIVA EMPOWERING”



\*La raccolta delle misure nazionali di recepimento della Direttiva è disponibile [qui](#)



# ***Direttiva 2024/825/UE e D.Lgs. 30/2026***

# AMBITO DI APPLICAZIONE DIRETTIVA 2024/825

---

La Direttiva applica a tutte le imprese che commercializzano beni o servizi nel mercato europeo; si tratta di una norma trasversale ai diversi settori a tutela del consumatore.

## SOGGETTI COINVOLTI

- **Operatori economici** che immettono prodotti e/o servizi nel mercato europeo (produttori, venditori, siti e-commerce)
- **Consumatori**

## COSA REGOLA

- Applica a **qualsiasi comunicazione a fini commerciali** (i.e., pubblicità, packaging, sito web, etichette, social, ecc.) che riguarda:
- **caratteristiche ambientali o sociali del prodotto e dell'impresa;**
  - **aspetti di circolarità** (durabilità, riparabilità, riciclabilità)



# Cosa NON fare

---

## 01

VIETATO

### CLAIM VAGHI SENZA PROVA

---

Termini generici come «eco», «green», «sostenibile», «amico dell'ambiente» usati da soli, senza dato numerico, certificazione o spiegazione concreta.

## 02

VIETATO

### ETICHETTE AUTOPRODOTTE

---

Marchi e **label di sostenibilità non certificati** da un ente terzo indipendente: non possono essere usati per comunicare un beneficio ambientale.

## 03

VIETATO

### NEUTRALITÀ DA COMPENSAZIONE

---

Claim come «**carbon neutral**», «**net zero**» ammessi solo se basati sulla catena del valore del prodotto, non su offset esterni.



# Cosa attenzionare

---

## 01

OBBLIGATORIO

### PROMESSE FUTURE CONCRETE

---

Claim come «**net zero entro il 2030**» o «**100% rinnovabili nel 2035**» sono ammessi solo se accompagnati da

- Target misurabili
- Piano di implementazione
- Risorse allocate
- Verifica di parte terza
- Monitoraggio continuo

## 02

OBBLIGATORIO

### ELEMENTI RILEVANTI

---

Non si possono spacciare per vantaggi caratteristiche ovvie o irrilevanti (es. «**acqua senza glutine**» o «**carta senza plastica**»).

## 03

OBBLIGATORIO

### CRITERI CONFRONTO TRA PRODOTTI

---

Per claim del tipo «**più sostenibile di...**» vanno indicati il metodo, i prodotti raffrontati e i criteri di calcolo utilizzati.

## 04

OBBLIGATORIO

### Pratiche ingannevoli

---

I seguenti elementi qualora non veritieri possono dare origine a pratiche commerciali ingannevoli: la composizione, le caratteristiche ambientali o sociali, gli aspetti relativi alla circolarità, quali la durabilità, la riparabilità o la riciclabilità, l'assistenza post-vendita, i risultati che si possono attendere dal suo uso [...]



# GREENWASHING: UN TEMA DI GOVERNANCE ALLARGATA

Un tema di interesse per molteplici stakeholder: Sostenibilità, Comunicazione, Compliance, Sales, IR.



## I POSSIBILI RISCHI PER LE IMPRESE IN CASO DI INADEMPIMENTO NORMATIVO

### Rischio sanzionatorio e legale

- Estensione delle pratiche commerciali scorrette (inclusi green claims non verificati)
- Sanzioni fino a **10 milioni € o 4% del fatturato nei casi più gravi**
- Maggiore esposizione a contenziosi e azioni dei consumatori

### Rischio reputazionale

- **Elevata visibilità dei casi di greenwashing**
- Perdita di fiducia di clienti e stakeholder
- Impatti su brand, investor relations e accesso al capitale ESG

Regime sanzionatorio in vigore a partire dal **27 Settembre 2026**



## MA ANCHE OPPORTUNITÀ E BENEFICI

### Vantaggio competitivo reale ed equo

- Fine del “greenwashing diffuso”, grazie alla definizione di **regole di concorrenza** sui temi ambientali e sociali
- Premiate le aziende con **impegni reali, concreti e verificabili**

### Rafforzamento della fiducia

- Maggiore credibilità verso:
  - **consumatori** (scelte più consapevoli)
  - **investitori**
- Differenziazione del brand su **basi solide**

# CONFIDENTIALITY NOTICE

Le informazioni, i dati e le immagini contenuti in questo documento sono strettamente confidenziali e riservati, di esclusiva proprietà di Message S.P.A.

Sono disponibili esclusivamente per persone o società a cui è stato direttamente consegnato il documento e non sono divulgabili a terzi senza il consenso scritto dell'Ufficio Comunicazione di Message S.P.A., che può essere contattato all'indirizzo [info@messagegroup.it](mailto:info@messagegroup.it).

I loghi di terze parti (es. partner, clienti, ecc.) sono da considerarsi indicativi.





**MESSAGE S.P.A. SB**

Viale Famagosta 75 • 20142 • Milano

+39 02 45498821

[info@messagegroup.it](mailto:info@messagegroup.it)

[www.messagegroup.it](http://www.messagegroup.it)