

**GREEN CLAIMS**  
**il quadro giuridico**  
***Bologna 9.9.22***



**SILVIA GONZAGA**  
**LOGOS**  
AVVOCATI ASSOCIATI

## ASSERZIONE AMBIENTALE:

*E' la pratica di suggerire o dare in qualunque modo l'impressione che un prodotto o servizio abbia un impatto positivo o sia privo di impatto sull'ambiente o sia meno dannoso per l'ambiente del prodotto o servizio pubblicizzato. Ciò può avvenire ad esempio nella COSMESI:*

- Composizione (es: formulazione con sostanze naturali)*
- Modo in cui è fabbricato (emissione CO2, utilizzo dell'acqua/risorse)*
- Modo in cui può essere smaltito (compostabile, riciclabile nella carta)*
- Riduzione del consumo di energia o dell'inquinamento che ci si attende dal suo impiego*

*>> può essere contenuta in qualunque comunicazione commerciale ivi comprese etichette, packaging e comprende ogni messaggio o rappresentazione che non è obbligatoria inclusi testi, immagini, simboli, loghi, marchi, denominazioni di prodotto...*

## I CLAIM AMBIENTALI COME STRUMENTO PUBBLICITARIO IN GRADO DI ORIENTARE LE SCELTE DEI CONSUMATORI

- Indagine della Commissione UE sui siti web ha evidenziato come la metà dei claims ambientali esaminati fossero ingannevoli (Comunicato Stampa Comm. UE 28.01.21)
- Iniziative nell'ambito della «Circular Economy action plan» (11.03.20) relative al rafforzamento della tutela dei consumatori affinché effettuino scelte consapevoli e al contempo si contribuisca a consumi più sostenibili
- Proposta legislativa per rafforzare il ruolo dei consumatori nella transizione verde proteggendoli dal «greenwashing»
- Proposta legislativa sulla dimostrazione della veridicità delle informazioni ecologiche basata sui metodi dell'impronta ambientale

# CLAIM : QUADRO DI RIFERIMENTO ATTUALE

- **Normative tecniche (standard internazionali):**
- UNI EN ISO 14020 : Etichette e dichiarazioni ambientali, principi generali
- UNI EN ISO 14021: Asserzioni ambientali autodichiarate (etich. amb. tipo II)
- UNI EN ISO 14024: Etich. Ambientale tipo I (certificazione da parte di terzi)
- UNI EN ISO14025 : Etich. Ambientale tipo III (impatti nel ciclo di vita)
- UNI EN 13432: Imballaggi- compostaggio
- **Normativa nazionale e comunitaria**
- Direttiva 2005/29-Codice consumo (pratiche commerciali scorrette: art 20-21-22)
- Linee Guida Comm. UE per effettuare e valutare asserzioni ambientali
- Orientamenti Comm. Ue per l'applicazione della direttiva 2005/29 (2021/C)
- Normative speciali (es. Reg.66/2010 Ecolabel; Reg 2017/1369 Etich. energetica; Reg 2018/848 biologico..)
- TU Ambiente
- Codice di Autodisciplina della comunicazione commerciale (normativa autodisciplinare)

# PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

- La direttiva 2005/29 vieta le pratiche commerciali scorrette perché contrarie alla diligenza in quanto capaci di falsare il comportamento economico del consumatore medio
- *Una pratica commerciale è scorretta se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori (ART.20.2 Codice del Consumo)*

- **in particolare sono SCORRETTE le «Pratiche commerciali Ingannevoli» (ART. 21)**

*«... È considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso:*

*.....b) le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilità, i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, gli accessori, l'assistenza post-vendita al consumatore e il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna, l'idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto;...*

# PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE (AZIONI INGANNEVOLI)

- E' norma generale applicabile a tutti i settori ed integra quale «rete di sicurezza» altre normative verticali che prevalgono in caso di contrasto.
- Art.6-7 direttiva vietano le azioni ed omissioni ingannevoli che inducano in errore il consumatore inducendolo ad assumere una decisione commerciale che non avrebbe altrimenti preso.
- Ad oggi nella direttiva 2005/29 non vi sono specifiche disposizioni sulle asserzioni ambientali ma è comunque la base giuridica per vietare ai professionisti di presentare asserzioni in modo ingannevole.
- Proposta di direttiva del 30.03.22 di modifica della dir. 2005/29 (e 2011/83)



**SCOPO DELLA MODIFICA E' INTRODURRE DISPOSIZIONI SPECIFICHE SUI GREEN CLAIMS AMPLIANDO QUINDI L'ELENCO DELLE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO SU CUI I PROFESSIONISTI NON POSSONO INGANNARE I CONSUMATORI (es. induzione in errore «sull'impatto sociale e ambientale»+ codifica di una serie di condotte costituenti sempre pratica scorretta) .**

# DIRETTIVA 2005/29- PRINCIPI

## □ ASSERZIONI VERIDICHE, ACCURATE, NON INGANNEVOLI

- Non devono dare risalto ad un aspetto ambientale e nascondere eventuali conseguenze o impatti negativi sull'ambiente
- Devono essere presentate in modo da **indicare chiaramente** se l'asserzione si applica al **prodotto completo o solo a un componente** o imballaggio del prodotto, o a un elemento di un servizio (se riferita solo al pack o sua parte);
- Importanza delle immagini/colori/ rappresentazione grafica/suoni/simboli che devono fornire una informazione veridica ed accurata dei benefici, senza enfatizzare eccessivamente o distorcere i vantaggi ambientali (valutazione caso per caso posto che l'uso del solo colore verde o simboli richiamanti la natura da soli non bastano a rendere ingannevole il messaggio senza ulteriori connotazioni: Pron.100/15 Giurì; per l'uso di immagini unite a diciture cfr .Prov. AGCM25079/14) .

# DIRETTIVA 2005/29- PRINCIPI

## □ DIVIETO DI ASSERTZIONI VAGHE O NON SPECIFICHE:

Non deve essere utilizzata un'asserzione vaga che implichi in senso lato che un prodotto è benefico per l'ambiente: «sicuro per l'ambiente»; «verde», «amico della natura», «sostenibile» « a basso impatto ambientale»

## USO DI DICHIARAZIONI ESPLICATIVE:

Le asserzioni devono essere accompagnate da una dichiarazione esplicativa se la sola asserzione può causare incomprensione: inserire sempre una precisazione o indicazione esplicativa ben visibile sull'impatto del prodotto DELIMITANDO così la dichiarazione allo specifico beneficio per l'ambiente.

- Se lo spazio ridotto (es: pack) l'asserzione ambientale e la sua spiegazione dovrebbero essere immediatamente percepibili e comprensibili per il consumatore
- ECCEZIONE: Il caso di sistemi di certificazione ufficiale (es. Biologico nel food, Ecolabel detergenza) che in genere esonerano da tali dichiarazioni aggiuntive.

## ES.: «SOSTENIBILE»

Concetto ancora troppo poco definito e vago : non dovrebbe essere utilizzato per la norma UNI 14021

- UNI EN 14021 “sviluppo sostenibile” significa *“sviluppo che soddisfa le necessità del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le loro esigenze.”* In nota si legge poi che *“...lo sviluppo sostenibile è l'integrazione degli obiettivi di un'alta qualità della vita, salute e prosperità con la giustizia sociale ed è il mantenimento della capacità della terra di sostenere la vita in tutte le sue diversità. Questi obiettivi sociali, economici ed ambientali sono interdipendenti e si rafforzano a vicenda. Lo sviluppo sostenibile può essere considerato come un modo per esprimere le aspettative più ampie della società nel suo insieme.”*

Per cui: l'assenza di una nozione pre-definita e puntuale di sostenibilità, laddove voglia essere ugualmente spesa (e che norma UNI 14021 vieterebbe), impone nella comunicazione di

(i) circoscrivere il contenuto e la portata del concetto in modo da ancorarlo ad un'altra asserzione non qualificata ad aspetti ambientali in conformità a UNI 14021 (es: sostenibile perché compostabile)

(ii) rendere comprensibile il messaggio al consumatore che deve essere *“veritiero, accurato, non ambiguo né ingannevole”* (AGCM PS24438/13). Accanto a questa esigenza primaria derivante dall'ampiezza del concetto e dall'assenza di una definizione normativa, si pongono gli usuali criteri di veridicità e dimostrabilità dell'affermazione.

- **Attenzione:** i claim a «connotazione naturale» dei cosmetici spesso si affiancano a claim di «sostenibilità», la naturalità di un ingrediente non può dirsi automaticamente rilevante sull'impatto ambientale senza ulteriori verifiche e prove.

# VALUTAZIONE COMPLESSIVA DELL'IMPATTO

- Le asserzioni devono essere veritiere non solo in relazione al prodotto finale, ma devono anche prendere in considerazione tutti gli aspetti pertinenti del ciclo di vita del prodotto al fine di identificare il potenziale aumento di un impatto nel processo di riduzione dell'altro :

*Es: SOLIDO/LIQUIDO> shampoo solido in pack di cartone per cui si impiega il doppio di energia di uno liquido in pack di plastica>> valutazione globale*

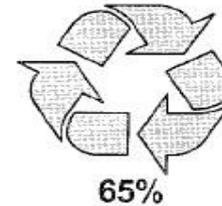
- Divieto di enfatizzare indebitamente alcuni aspetti positivi in realtà solo marginali a fronte di un impatto ambientale complessivo del ciclo di vita del prodotto negativo>> tenere in considerazione i principali impatti ambientali del prodotto
- Trasparenza relativa agli aspetti ambientali interessati, garantendo che le informazioni possano essere consultate in modo agevole dai consumatori e che l'informazione sia chiara per gli stessi.
- Divieto di enfatizzare vantaggi ambientali che sono già dato acquisito e comune al settore di riferimento (es: Assenza di microplastiche in cosmetici da risciacquo ad azione esfoliante o detergente>> divieto di immissione in commercio dal 01.01.2020)

# ASSERZIONI QUALITIFICATE: USO DEI SIMBOLI

- Norma UNI 14021: prevede l'uso di facoltativo di simboli che devono:
  - Essere facilmente distinguibili da altri simboli inclusi quelli per altre asserzioni ambientali



Utilizzi del ciclo di Mobius per indicare la riciclabilità.



Utilizzi del ciclo di Mobius per indicare il contenuto riciclato.

- Ciclo di Mobius per indicare la riciclabilità o il contenuto riciclato
- Dovrebbe essere usato preferibilmente solo questo simbolo
- Potendosi applicare sia al prodotto che imballo in caso di rischio confusorio simbolo + dich. esplicativa

# CONTENUTO RICICLATO (

- «When making claims of recycled content, refer only to material which otherwise would have ended in the waste stream» (GL COMM.UE.2000)
- SOLO I MATERIALI CHE CONFLUIREBBERO NEL FLUSSO DEI RIFIUTI
- % PERCENTUALE DI CONTENUTO RICICLATO
- RIFERIMENTO PUNTUALE SE AL PACK (E/O SUA PARTE) E PRODOTTO



**Example:**

If in a metal industry during a process regrinds are reintegrated into the process as raw material, a claim of "recycled content" should not be made, as the reutilization of such material is being made within the same process that generated it.

**Example:**

Return bottles (with or without deposit) cannot be claimed to be "recycled" because they are still being used for their intended purpose without being re-processed. However, when bottles are collected and re-processed to produce new bottles, these may be claimed to be "recycled".

When making claims to recycled content, always state the percentage of recycled material, and present the claims in a way that clearly shows whether they refer to the product or to the packaging. If the Möbius loop is used, make sure that the symbol is accompanied by the percentage of recycled material. Don't use symbols other than the Möbius loop to denote recycled content.

# UTILIZZO RIDOTTO DELLE RISORSE

- *Riduzione della quantità di materiale, energia o acqua utilizzata per produrre, distribuire un prodotto o un imballaggio o un componente associato specificato.*



## **ASSERZIONI DEVONO:**

- *ESSERE QUALIFICATE > accompagnate da dichiarazione esplicativa che ne circoscrive portata specifica*
- *ESPRESSE IN TERMINI % rispetto al termine di paragone (altro prodotto; un precedente processo...)*

*Inoltre:*

- *Se un aumento del consumo di altre risorse si verifica come risultato della riduzione dichiarata, la risorsa aumentata e la % devono essere indicate in una dichiarazione esplicativa.*

**Modifiche previste alla Dir.2005/29>>> CLAIM SUL FUTURO IMPATTO AMBIENTALE (ES. riduzione emissioni entro una certa data) dovranno fondarsi su:**

- **Impegni precisi oggettivi e verificabili**
- **Un sistema indipendente di monitoraggio dei targets indicati**

# COMPOSTABILE

- Tutte le asserzioni di compostabilità devono essere chiaramente qualificate :
- Specificare se il compostaggio è domestico o industriale
- Se il prodotto non è interamente compostabile specificare quali componenti lo sono: se devono essere separati dei componenti deve essere fornita una chiara indicazione



*I rifiuti anche di imballaggi, aventi analoghe proprietà di biodegradabilità e compostabilità rispetto ai rifiuti organici sono raccolti e riciclati assieme a questi ultimi, laddove:*

- a) siano certificati conformi, da organismi accreditati, allo standard europeo EN 13432 per gli imballaggi recuperabili mediante compostaggio e biodegradazione, o allo standard europeo EN14995 per gli altri manufatti diversi dagli imballaggi;*
- b) siano opportunamente etichettati e riportino, oltre alla menzione della conformità ai predetti standard europei, elementi identificativi del produttore e del certificatore nonché idonee istruzioni per i consumatori di conferimento di tali rifiuti nel circuito di raccolta differenziata e riciclo dei rifiuti organici. (Art.182 ter c.6 TU Ambiente)*

# ONERE DELLA PROVA



Ogni dichiarazione deve fondarsi su **PROVE ATTENDIBILI INDIPENDENTI VERIFICABILI CHE TENGANO CONTO DEI METODI PIU' RECENTI** e che possano essere verificate dalle Autorità competenti.

Ciò implica che:

- Il professionista deve disporre di prove al momento in cui utilizza la dichiarazione ;
- Le asserzioni dovrebbero essere rivalutate ed aggiornate in caso di necessità alla luce degli sviluppi tecnologici o della comparsa di prodotti analoghi o di altre circostanze che possono incidere sulla esattezza e pertinenza dell'asserzione (cfr. *Orientamenti Comm. UE. 29.12.21*)

***GRAZIE PER L'ATTENZIONE***

**avv. Silvia Gonzaga**



[silvia.gonzaga@logostudi.it](mailto:silvia.gonzaga@logostudi.it)

T. 041 5322601 – M. 339 1395172

Viale Ancona n. 17 – 30172 Venezia Mestre

**LOGOS**  
AVVOCATI ASSOCIATI