

16/11/2023

Green claim: istruzioni per l'uso

CONTESTO GENERALE

Con **green claim** si intende una pubblicità ambientale che rinvia, implicitamente o esplicitamente, alla relazione tra prodotto e ambiente, presentando un'immagine aziendale caratterizzata dall'impegno ambientale.

UNA PRATICA VOLONTARIA, MA NON ARBITRARIA

I green claim, anche se sono affermazioni volontarie, sono comunque soggetti alle regole generali in materia di concorrenza e pubblicità ingannevole. Devono essere sostenuti da dati pertinenti e verificabili, diversamente si potrebbe cadere nella pratica del **greenwashing**.

IMPLICAZIONI

L'adozione di queste pratiche scorrette porta a sanzioni che si collocano nel contesto di pubblicità ingannevole e di concorrenza sleale.

Le autorità competenti nazionali sono IAP, AGCM e Antitrust.

GLI ORIENTAMENTI UE SUI GREEN CLAIM

Al fine di un'**armonizzazione a livello europeo** nella direzione della transizione ecologica, la Commissione UE ha deciso di introdurre nuovi strumenti normativi per la costruzione di un rapporto di fiducia con i consumatori:

- revisione Direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali;
- proposta "Direttiva Green Claim".

Tra gli obiettivi, la verifica delle asserzioni ambientali in modo indipendente e convalidate da prove scientifiche, il divieto di autodichiarazioni e dell'uso di marchi non trasparenti, non verificati in modo indipendente e non periodicamente riesaminati.

NELLA PRATICA...

Sarà fondamentale investire su nuove modalità e criteri per lo sviluppo dei claim, sulla formazione del personale di area commerciale e marketing e sulla revisione della presentazione dei propri prodotti.