



•ALERT•

26 MARZO 2024

I rischi penali del greenwashing e la compliance ESG

Oggi, 26 marzo 2024, entra in vigore la direttiva (UE) 2024/825 sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde.

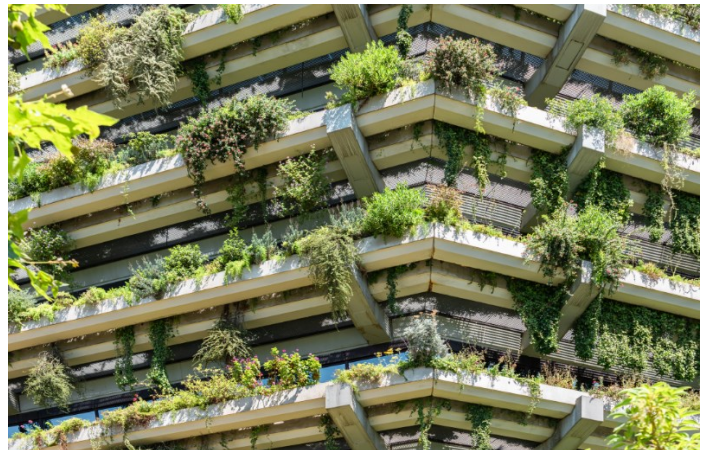
Il 6 marzo è stata pubblicata nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea la **Direttiva (UE) 2024/825** del 28 febbraio sulla **responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde** (c.d. Direttiva *Empowering*).

Come anticipato nel nostro [alert del 25 gennaio 2024](#), la direttiva introduce nuove norme volte a contrastare in modo sempre più efficace le pratiche commerciali sleali idonee ad ingannare i consumatori e ad impedire loro di compiere scelte di consumo sostenibili, quali il *greenwashing*.

In particolare, la nuova direttiva è intervenuta sul testo della Direttiva 2005/29/CE, introducendo alcune nuove pratiche commerciali sleali.

Tra le azioni ingannevoli previste dall'art. 6 par. 2 Dir. (CE) 2005/29 (recepito nell'art. 21 del Codice del Consumo italiano) è stata espressamente inclusa *"la formulazione di un'asserzione ambientale relativa a prestazioni ambientali future senza includere impegni chiari, oggettivi, pubblicamente disponibili e verificabili stabiliti in un piano di attuazione dettagliato e realistico che includa obiettivi misurabili e con scadenze precise come pure altri elementi pertinenti necessari per sostenerne l'attuazione, come l'assegnazione delle risorse, e che sia verificato periodicamente da un terzo indipendente, le cui conclusioni sono messe a disposizione dei consumatori"*.

La Direttiva ha, inoltre, introdotto nuove pratiche nella *black list* delle pratiche commerciali considerate in ogni



caso ingannevoli di cui all'Allegato I della Dir. (CE) 2005/29 (recepito nell'art. 23 del Codice del Consumo Italiano):

- i) esibire un marchio di sostenibilità non basato su un sistema di certificazione;
- ii) formulare un'asserzione ambientale generica per cui l'operatore economico non sia in grado di dimostrare l'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali vantate;
- iii) formulare un'asserzione ambientale sul prodotto o sull'attività economica nel loro complesso, quando riguarda, invece, soltanto un determinato aspetto del prodotto e/o dell'attività;
- iv) asserire che un prodotto ha un impatto neutro, ridotto o positivo sull'ambiente sulla base della compensazione delle emissioni di gas a effetto serra;
- v) presentare semplici requisiti imposti per legge sul mercato dell'Unione come se fossero tratto distintivo dell'offerta dell'operatore economico.

L'OPERATIVITA' DELLA DIRETTIVA (UE) 2024/825 E I SUOI POTENZIALI RISVOLTI PENALI

La nuova direttiva impone agli Stati membri di adottare e pubblicare **entro due anni** (i.e. entro il 27 marzo 2026) le misure necessarie per conformarsi alle nuove regole. In Italia, le norme saranno recepite nel Codice del Consumo e saranno applicabili a partire dal 27 settembre 2026.

Al di là degli specifici interventi normativi che ne deriveranno, tuttavia, la direttiva sembra avere un **peso più generale**.

L'asserzione ambientale, come ogni altra di tipo ESG, sta ormai assumendo rilevanza **non solo** dal punto di vista reputazionale **ma anche**, se non soprattutto, da quello della corretta e leale comunicazione aziendale e dell'informazione finanziaria e commerciale.

Se l'attuazione della direttiva non imporrà necessariamente nuovi reati nel codice penale e nelle leggi collegate né di adeguamenti al D.Lgs., 8 giugno 2001, n. 231 in materia di responsabilità amministrativa degli enti, essa in ogni caso consiglierà un'attenta ed approfondita **rivalutazione** delle procedure e dei presidi aziendali volti alla corretta produzione e gestione delle relative informazioni.

Sono ipotizzabili possibili casi in cui non corrette informazioni in ambito ambientale potrebbero assumere rilevanza anche penale:

- i) **truffa**: comunicazione commerciale non veritiera in rispetto al reale beneficio ambientale e in tal senso idonea ad indurre in errore il consumatore nella scelta del prodotto, del servizio o dell'investimento;
- ii) **frode in commercio**: vendita all'acquirente di una cosa per l'altra (cd. *aliud pro alio*) con consegna di un prodotto spacciato per, ad esempio, "sostenibile" o "green", ma che, in realtà, non lo è;
- iii) **false comunicazioni sociali**: false informazioni in materia ambientale che impattano o alterano i dati economici e patrimoniali della società;
- iv) **aggrottaggio**: informazioni false sulla sostenibilità dell'azienda che diffuse alterano sensibilmente il prezzo degli strumenti finanziari;
- v) **ostacolo all'esercizio delle funzioni delle Autorità pubbliche di vigilanza**: informazioni ambientali false o ingannevoli che celano ad una o più autorità di vigilanza la realtà economica, patrimoniale e finanziaria dell'azienda;
- vi) **illeciti fiscali**: informazioni ambientali false o ingannevoli che consentono all'azienda di ottenere particolari benefici fiscali relativi all'assunzione di determinate scelte ecologiche.

Tali illeciti possono essere anche **presupposto di responsabilità amministrativa** ai sensi della 231 e, quindi, passibili di produrre in capo all'azienda le relative conseguenze negative.

È dunque sicuramente corretto immaginare, nei modelli 231 esistenti come negli altri presidi di compliance aziendale, un'attività di **revisione** e **adeguamento**, al fine di renderli sempre più efficaci nella tutela della corretta comunicazione green aziendale e nella prevenzione di ogni abuso al riguardo.

CONTATTI

Chiara Mammola

chiara.mammola@lcalex.it

Marina Savio

marina.savio@lcalex.it