

## **GREENHUSHING: LA MEDICINA SBAGLIATA CONTRO IL RISCHIO DEL GREENWASHING**

DI LUCIANO BUTTI

Uno spettro si aggira fra i Consigli di amministrazione delle più importanti società multinazionali. È lo spettro del *Greenhushing*.

**Fenomeno in crescita** importante secondo recenti studi anche quantitativi, il *Greenhushing* può essere definito come una **comunicazione deliberatamente riduttiva**, da parte delle imprese, dei propri risultati ambientali, benché migliorativi rispetto agli obblighi di legge. In sintesi, gli sforzi aziendali in direzione della sostenibilità vengono sottovalutati o persino completamente occultati<sup>i</sup>. Ciò singolarmente **contrasta con la crescente importanza** data dal mercato e dagli *stakeholder* ai **profili ambientali** dell'attività d'impresa.

La più rilevante motivazione per il *Greenhushing* consiste nell'estrema **difficoltà** (reale o percepita) **ritenuta necessaria per conoscere, e quindi applicare correttamente, la normativa sul Greenwashing**. E perciò nel timore di incorrere nelle conseguenze, giuridiche e di immagine, di una eventuale indagine relativa appunto al Greenwashing.

Attualmente nel nostro Paese la normativa utilizzata per il contrasto al *Greenwashing* non è contenuta in un solo provvedimento, ma in tre distinte fonti. La prima è il **Codice del consumo** (Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, recante "*Attuazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno*"), che sanziona le **pratiche commerciali sleali**, ingannevoli o aggressive. La seconda è nell'art. 2598 del **Codice civile**, che disciplina la **concorrenza sleale**. La terza (non una disciplina di legge, ma di "*soft law*") si trova nel **Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale**, che, all'art. 12, contiene la seguente ottima descrizione del *Greenwashing* e di ciò che è necessario per evitarlo:

*"La comunicazione commerciale che dichiara o evoca benefici di carattere ambientale o ecologico deve basarsi su **dati veritieri, pertinenti e scientificamente verificabili**.*

*Tale comunicazione deve consentire di comprendere chiaramente a **quale aspetto** del prodotto o dell'attività pubblicizzata i benefici vantati si riferiscono".*

Sulla base di queste disposizioni, allo stato attuale un'impresa operante (anche) in Italia può trovarsi soggetta ad un procedimento basato su accuse di *Greenwashing* principalmente in due ambiti.

Il primo è costituito dalle istruttorie e conseguenti **Deliberazioni dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)**, contro le quali è ovviamente possibile il ricorso alla giurisdizione amministrativa (Tribunali Amministrativi Regionali e, in appello, Consiglio di Stato).

Il secondo ambito possibile è quello dei **Tribunali civili**.

Quanto al primo dei menzionati ambiti, esempio tipico è quello della **Deliberazione 29 luglio 2025 dell'AGCM**, relativa alla cd. “*fast/ultrafast fashion*”, contenente importanti sanzioni verso un'impresa multinazionale del settore le cui pratiche commerciali erano state accusate di *Greenwashing*, comminate sulla base del principio secondo il quale “*le dichiarazioni ecologiche devono essere veritiere, non contenere informazioni false e devono essere presentate in modo chiaro, specifico, accurato e inequivocabile, in modo da non trarre in inganno i consumatori*”.

Quanto all'azione dei Tribunali civili, si può menzionare l'ordinanza cautelare del 26 novembre 2021 del **Tribunale di Gorizia**, che fece rimuovere informazioni di sostenibilità non verificabili in merito a rivestimenti per auto in microfibra venduti da un'azienda: e ciò, singolarmente, nell'ambito di un procedimento per provvedimento di urgenza (ex art. 700 cpc) attivato non da autorità pubbliche o associazioni ambientaliste, ma da **un'impresa concorrente**.

L'attuale frammentazione della disciplina dovrebbe risolversi con il recepimento della **Direttiva (Ue) 2024/825**, riguardante la **responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione**. Tale direttiva è in vigore dal 26 marzo 2024; gli Stati membri dovranno recepirla entro il 27 marzo 2026, ma le disposizioni saranno applicabili solo dal 27 settembre 2026. In Italia l'ultima **legge comunitaria** 13 giugno 2025, n. 91 ne ha previsto il recepimento.

**Fra le altre cose, la Direttiva 2024/825 estende la cd. “lista nera” di pratiche vietate alle seguenti:**

- l'esibizione di un «**marchio di sostenibilità**» non basato su un sistema di certificazione o non è stabilito da autorità pubbliche;
- la formulazione di «**un'asserzione ambientale generica in assenza di un'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali**» (es.: “rispettoso dell'ambiente”, ...).
- «**un'asserzione ambientale concernente il prodotto nel suo complesso o l'attività dell'operatore nel suo complesso quando riguarda soltanto un aspetto**» del prodotto o dell'attività;
- il presentare **requisiti imposti per legge come se fossero un tratto distintivo dell'offerta**.

Inoltre, le pratiche associate all'**obsolescenza precoce** si considerano, sulla base della Direttiva, **sleali nei seguenti casi:**

- presentare il bene come **riparabile** quando non lo è;
- indurre il consumatore a **sostituire o reintegrare materiali di consumo del bene prima** di quanto sarebbe necessario per motivi tecnici;
- **non informare** che la funzionalità di un bene sarà compromessa dall'utilizzo di materiali di consumo, pezzi di ricambio o accessori non forniti dal produttore originale, **o asserire falsamente** che tale compromissione si verificherà.

Ancora, vengono introdotte le seguenti nuove definizioni:

- per «**asserzione ambientale**» si intende «*nel contesto di una comunicazione commerciale, qualsiasi messaggio o rappresentazione avente carattere non obbligatorio a norma del diritto dell'Unione o nazionale, in qualsiasi forma, compresi testi e rappresentazioni figurative, grafiche o simboliche ... che asserisce o implica che un dato prodotto, categoria di prodotto, marca o operatore economico ha un impatto positivo o nullo sull'ambiente oppure è meno dannoso per l'ambiente rispetto ad altri prodotti, categorie di prodotto, marche o operatori economici oppure ha migliorato il proprio impatto nel corso del tempo*».
- per «**asserzione ambientale generica**» si intende «*qualsiasi asserzione ambientale formulata per iscritto o in forma orale, anche attraverso media audiovisivi, non inclusa in un marchio di sostenibilità e la cui specificazione non è fornita in termini chiari ed evidenti tramite lo stesso mezzo di comunicazione*».

Come si vede dalle indicazioni normative e giurisprudenziali sopra sintetizzate, l'attenzione delle istituzioni nazionali e comunitarie verso la scorretta pratica commerciale del *Greenwashing* è in crescita. Ciò è del resto ben comprensibile, se si considera che un principio fondamentale dell'economia moderna è quello in base al quale tutti gli operatori, pubblici e privati, devono essere **accountable**, vale a dire devono essere in condizione di poter **rendere conto di ogni propria comunicazione verso il mercato**.

Considerato che una comunicazione ampia e corretta delle iniziative aziendali di sostenibilità risponde **sia all'interesse aziendale che a quello generale**, sarebbe opportuna, in sede di recepimento della Direttiva 2024/825, una riflessione attenta sull'opportunità di semplificare – piuttosto che complicare ulteriormente – la disciplina sul *Greenwashing*, e ciò non solo attraverso interventi normativi, ma anche e soprattutto attraverso pratiche linee guida operative. Ciò naturalmente dovrà avvenire in modo che non ne risulti compromessa la severità della disciplina. Soltanto in questo modo sarà possibile ridurre in modo sostanziale il ricorso al *Greenhushing* da parte delle aziende, nell'ambito di una **politica win-win**, che riesca nello stesso tempo a tutelare l'interesse collettivo e quello delle aziende effettivamente in grado di vantare importanti risultati, scevri da *Greenwashing*, in termini di sostenibilità aziendale.

---

<sup>i</sup> Cfr. per tutti Davola, *The sound of (eco)silence. Greenhushing, informazione ESG ed omissione nel mercato finanziario*, in *Rivista di diritto bancario*, 2024, F. 4, pp. 321-355, anche per la letteratura per lo più internazionale – in tale contributo puntualmente richiamata – in merito a caratteristiche, cause ed effetti del fenomeno.