

## **La lotta al *greenhushing*: una nuova sfida della Comunità Europea verso la trasparenza delle rivendicazioni ambientali**

Il proliferarsi dei *green claim* e di pratiche sostenibili degli operatori economici potrebbe subire un contraccolpo causato dal *greenhushing* (dall'inglese "to hush", sottacere). Si tratta di un fenomeno, relativamente nuovo e antitetico al famoso *greenwashing*<sup>1</sup>, per il quale le aziende tendono a non comunicare al mercato il proprio impegno per la sostenibilità.

Un recente *report* della società svizzera South Pole, oggi tra i *leader* mondiali in tema di mitigazione climatica, indica che, nonostante il grande valore riconosciuto ad una corretta comunicazione *green*, il *greenhushing* è in aumento ed è presente in ogni settore, con il 70% di tutte le società intervistate che ammette di sottaciuto (in tutto o in parte) la propria politica *green* al mercato<sup>2</sup>. Questo nuovo periodo di "silenzio verde" degli operatori economici è il risultato sia di una crescente complessità normativa che non agevola la comunicazione degli obiettivi *net zero*, sia del timore - particolarmente sentito dalle piccole e medie imprese - di esporsi al giudizio negativo dell'opinione pubblica, dei clienti, dei media e soprattutto degli investitori.

È lo stesso South Pole *report* a collocare alcuni paesi europei tra i primi nella classifica di coloro che trovano sempre più difficile informare il mercato circa propri obiettivi *green*<sup>3</sup>.

Non a caso, le istituzioni dell'Unione Europea da sempre considerano di vitale importanza fornire una chiara guida ad ausilio delle autorità nazionali e, implicitamente, degli operatori economici, al fine di sostenere un modello di sviluppo economico vicino ai principi ESG (economia circolare) e la tutela del consumatore.

In questo contesto si inserisce la recente Direttiva (UE) 2024/825 pubblicata in Gazzetta Ufficiale il 6 marzo 2024 che, senza stravolgere le note direttive consumeristiche 2005/29/CE (pratiche commerciali sleali) e 2011/83/EU (diritti dei consumatori), porta interventi modificativi, fornendo, tra l'altro, indicazioni più precise agli operatori economici per offrire ai consumatori l'opportunità di prendere decisioni di mercato informate e più sostenibili.

Tra le principali novità introdotte dalla nuova Direttiva in ottica di lotta al *greenhushing*, l'operatore economico è tenuto a:

- (i) evitare azioni ingannevoli ovvero (a) formulazione di *green claim* su prestazioni future senza specificare impegni chiari, oggettivi, pubblicamente disponibili e verificabili periodicamente da un terzo indipendente e (b) pubblicizzare come vantaggiosi per i consumatori elementi influenti che non derivano dalle caratteristiche del prodotto o dell'impresa;
- (ii) fornire precise informazioni<sup>4</sup> in caso di raffronto fra prodotti in base alle caratteristiche ambientali e sociali o agli aspetti relativi alla circolarità (durabilità, riparabilità o riciclabilità);
- (iii) utilizzare un avviso ed etichetta armonizzati (il cui formato e contenuto saranno specificati tramite atti esecutivi della Commissione entro il 27 settembre 2025) per agevolare l'informativa ai consumatori in tema di garanzia legale e commerciale dei beni; e
- (iv) esibire marchi di sostenibilità basati su un sistema di certificazione o stabiliti da autorità pubbliche.

---

<sup>1</sup> Direttiva 2005/29/CE dell'11 maggio 2005, per la quale *greenwashing* è appropriazione indebita di virtù ambientaliste finalizzata alla creazione di un'immagine "verde".

<sup>2</sup> Net Zero Report 2024 - Destination Zero - A deep dive into the global state of corporate climate action; South Pole, the Climate Company.

<sup>3</sup> "Europe leads the hush When looking across regions, businesses in Sweden (80%) and France (72%) rank among the highest of those finding it increasingly difficult to communicate their net zero goals. They were also among the regions where companies were *greenhushing* and decreasing their external communications the most, with 79% of Swedish companies and 82% of French companies admitting to doing so." - Net Zero Report 2024, pag. 34

<sup>4</sup> Tali indicazioni rilevanti includono "informazioni sul metodo di raffronto, sui prodotti raffrontati e sui fornitori di tali prodotti, così come sulle misure predisposte per tenere aggiornate le informazioni".

---

In aggiunta, il *considerando* n. 7 della Direttiva rileva che, in tema di marchi di sostenibilità “è importante che le autorità pubbliche promuovano, per quanto possibile e nel rispetto del diritto dell’Unione, misure volte ad agevolare l’accesso ai marchi di sostenibilità per le piccole e medie imprese”.

Il *greenhushing* resta una pratica controproducente dal punto di vista commerciale che, a lungo termine, può far presagire una mancanza di progressi e innovazione climatica.

Valutando la Direttiva (UE) 2024/825 dal punto di vista dell’operatore economico, un’adeguata implementazione delle nuove disposizioni da parte dei legislatori nazionali contrasterà il *greenhushing* fornendo alle imprese strumenti più utili e chiari da seguire per offrire al mercato *green claim* conformi e per evitare di sopravvalutare il rischio di essere criticate.

I paesi dell’Unione hanno tempo fino al 27 marzo 2026 (i.e., due anni dall’entrata in vigore della Direttiva) per conformarsi alle nuove disposizioni in materia e fino al 27 settembre 2026 per applicare misure attuative.