

An orange square with rounded corners containing the white text 'LCA'.

LCA

*Tassonomia e Greenwashing:
opportunità e rischi per una
svolta green*

AVV. DAVIDE MAGNOLIA

Il costo annuale dell'inquinamento

Secondo la relazione dell'Agenzia europea per l'ambiente «Road user charges for heavy goods vehicles (HGV)»



→ **43-46 milioni
di euro**

→ **3 milioni
di giorni di malattia**



→ **35 milioni
di euro**

TASSONOMIA

Fonte
Regolamento UE 852/2020 che ha lo scopo di creare la prima lista di «investimenti sostenibili»: quali investimenti sono **green** e quali sono **brown**

Scopo
Riduzione emissioni e Finanza sostenibile: è un sistema di classificazione con regole e criteri di eligibilità (**Technical Screening Criteria**) che gli investitori e le imprese possono utilizzare quando investono in progetti ed attività economiche

Che cos'è la Tassonomia?

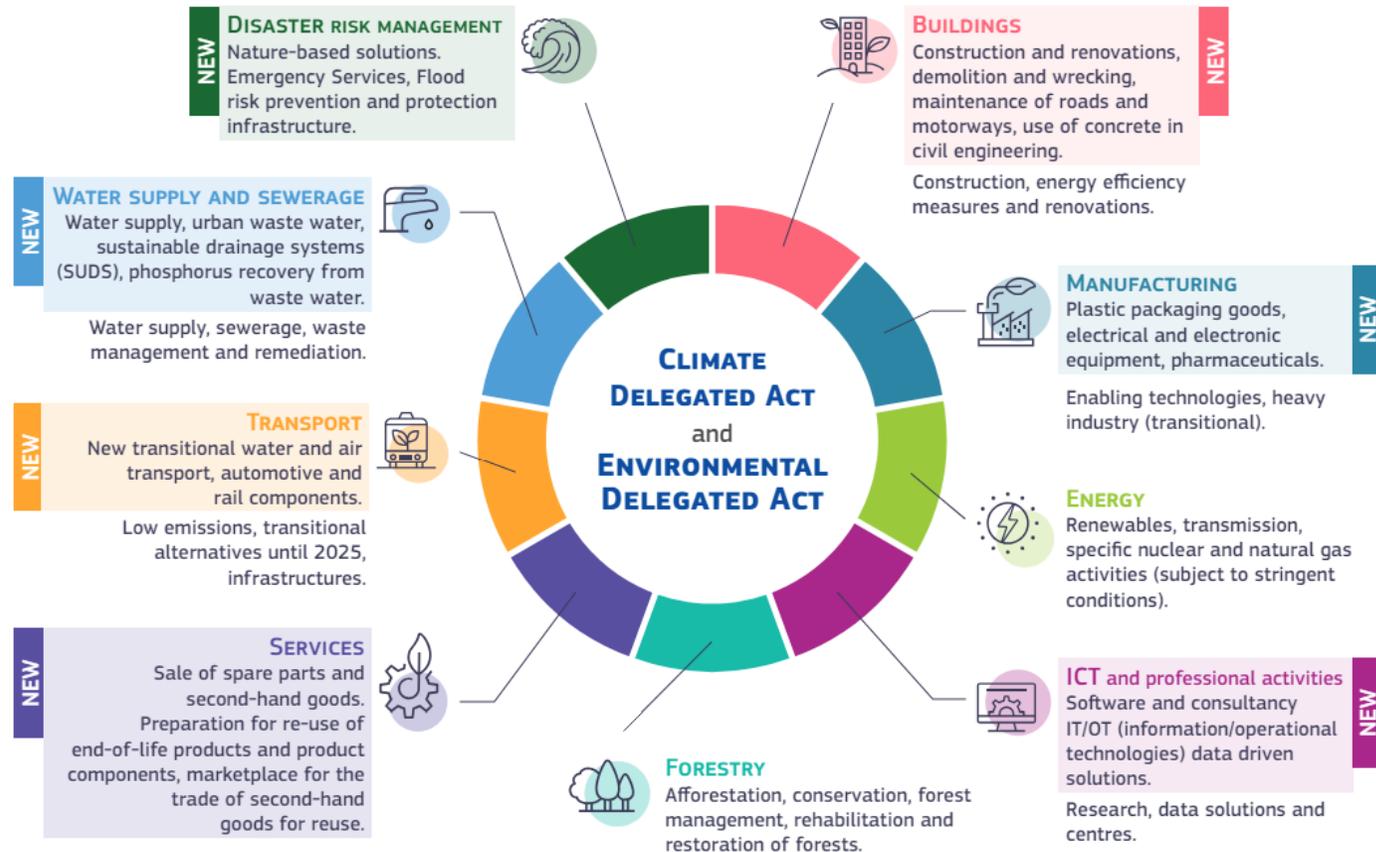
Effetti
Impatto sull'attività Bancaria: oggi ci sono già i «**green bond**» per progetti sostenibili ma le banche dovranno tenere in considerazione i fattori ESG nel monitoraggio e nell'erogazione del credito

Obiettivo
Individuare gli investimenti virtuosi (evitando di sprecare azioni su progetti solo in apparenza sostenibili) e promuovere soluzioni in linea con la decarbonizzazione
Stop al Greenwashin

Quali sono i settori inclusi nella tassonomia?

I macro settori e le attività economiche

EU TAXONOMY ECONOMIC SECTORS AND ACTIVITIES COVERED



Shipping Settore

«transizionale» ossia con revisione periodica dei criteri di screening tecnico.

Uno dei criteri base della tassonomia per lo shipping (reiterato anche per il post 2025) è che la nave non debba essere destinata al trasporto di prodotti fossili

SOURCE



Gli investimenti **green**: i 6 obiettivi ambientali della tassonomia

Dare un contributo sostanziale ad uno dei 6 obiettivi (art. 9)

Non arrecare un danno significativo (DNSH) ai 6 obiettivi ambientali (art. 9)



SOURCE



1 Gennaio 2024: Green Asset Ratio (GAR)

Quanti investimenti green hanno le banche?

GAR

Regolamento
Delegato
2178/2021

La media del
Green Asset
Ratio in Italia è
28,1%

E' un indicatore che valuta l'efficienza di una Banca in Europa ed il suo allineamento alla tassonomia UE. La formula è l'ammontare dei finanziamenti sostenibili erogati dalla una banca diviso il totale delle su attività. **Più alto è il GAR, più alta è l'attenzione ambientale della banca.**

Il GAR è **legato alle attività svolte dai clienti** (imprese) che ricevono il denaro da banche e imprese di investimento

Se l'UE premierà GAR maggiori va da sé che gli enti creditizi saranno spronati a fare **condizioni economiche migliori ai clienti più green**

GREENWASHING



“pratica di suggerire o in altro modo dare l’impressione (nell’ambito di una comunicazione commerciale) che un prodotto o un servizio abbia un impatto positivo o sia privo di impatto sull’ambiente o sia meno dannoso per l’ambiente rispetto a prodotti o servizi concorrenti”

*Orientamenti per l’attuazione/applicazione della
Direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali
sleali*

VOGUE

vanityfair.com

VANITY FAIR

Sign In SUBSCRIBE

tce magazine

Home > Green Logistics

Green Logistics Vetrina News

Logistica green: tutto quello che devi sapere per diventare eco-friendly

Da Erika Atzori - 16 Aprile 2021

f in twh em +



POSTED ON 6 FEBBRAIO 2020

Green Logistics per un trasporto sostenibile

Essere sostenibili e green è diventata una priorità globale per tutti i settori, anche quello logistico, tanto da aver coniato il termine **green logistics**. Si è iniziato già da qualche anno a ripensare a come le attività di ogni singola impresa impattino sulla nostra vita e a trovare delle soluzioni concrete per diminuire i danni ambientali. Dalla teoria e consapevolezza della questione, si sta piano piano passando ai fatti, mettendo in campo una serie di accorgimenti per dare inizio alla cosiddetta green logistics.

La sfida della green logistics

In questi anni i manager di logistica si sono trovati di fronte a un grande dilemma. Da

@theprocurerment.it

energyup.tech

EnergyUp.tech

SOSTENIBILITÀ

il futuro

the good trade.com

THE GOOD TRADE

35 Ethical & Sustainable Clothing Brands to Buy Against Fast Fashion

forbes.com

Forbes

Subscribe Sign In

Dec 1, 2021, 10:08am EST | 11,095 views

How The Automotive Industry Is Driving Toward A Sustainable Future

SAP BRANDVOICE | Paid Program
Innovation

By Thomas Pohl, Senior Director Marketing, Automotive, SAP

The automotive industry is racing into a new world of mobility and sustainability – and technology is the key to helping automakers achieve both.

The automotive industry is still dealing with supply chain and shipping disruptions resulting from the pandemic, in addition to ongoing parts and semi-conductor shortages. Despite these

FINANCIAL TIMES myFT

STEER FROM CRISIS TO RECOVERY WITH THE FT

Support the Guardian

Available for everyone, funded by readers

Contribute → Subscribe →

News Opinion Sport Culture Lifestyle More

Shipping industry

This article is more than 1 year old

Shipping firm Maersk spends £1bn on 'carbon neutral' container ships

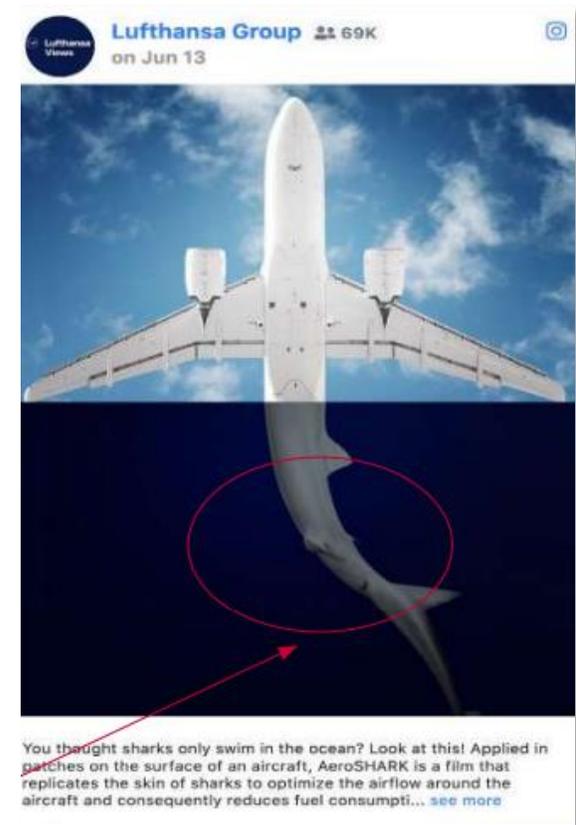
Eight new vessels able to run on methanol fuel could help save more than 1m tonnes of carbon emissions a year

William Ambrose

Aug 24 Aug 2021 13:23 BST

Shipping industry





97% of all 'Green Innovation' posts from airlines include Clean Air (68%), Clean Water (37%), and Pastoral scenes (36%). They also sometimes discuss their Plans/initiatives (8%) and Low-emission aircraft (9%).

Fonte: https://es.greenpeace.org/es/wpcontent/uploads/sites/3/2022/09/ThreeShadesofGreenWashing_compr.pdf

Greenwashing

/'gri:n.wɒʃ.ɪŋ/



è una strategia di comunicazione volta a costruire un'immagine di *brand* **ingannevolmente positiva** in termini di impatto ambientale, al fine di distogliere l'attenzione del pubblico dagli effetti ambientali negativi delle sue attività o prodotti (ecologismo "di facciata")

Greenwashing: qualche numero

Screening dei siti web – Commissione Europea 28 gennaio 2021

37%

l'affermazione conteneva formulazioni **vaghe e generiche** finalizzate a suscitare nei consumatori l'impressione priva di fondamento di un prodotto senza impatto negativo sull'ambiente

42%

l'affermazione era **falsa o ingannevole**, configurando una pratica commerciale sleale

59%

il professionista **non aveva fornito elementi facilmente accessibili a sostegno delle sue affermazioni**



Green Claims

normative specifiche e prassi



- ✓ **D. Lgs. 205/2006** (Codice del Consumo)
- ✓ **Direttiva 2005/29/CE** relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori
- ✓ **Orientamenti CE** del 25 maggio 2016 per l'attuazione della Direttiva 2005/29/CE



- ✓ **Codice di autodisciplina** della comunicazione commerciale (art. 12)



- ✓ **Green Deal** (Comunicazione CE del 13 novembre 2020)
- ✓ **Direttiva Omnibus** (approvazione definitiva decreto attuativo 23 febbraio 2023)
- ✓ **Direttiva CSRD UE 2022/2464** (recepimento entro il 6 luglio 2024)
- ✓ **Proposta di Direttiva UE green claims** (22 marzo 2023)

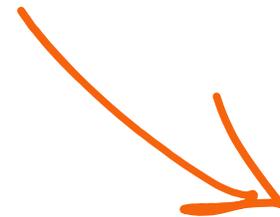


Green claims: la disciplina pubblicitaria

L'art. 12 del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria

Tutela dell'ambiente naturale

*"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**."*



onere informativo in capo
all'inserzionista del claim ambientale

Giurì di autodisciplina pubblicitaria 4/2021

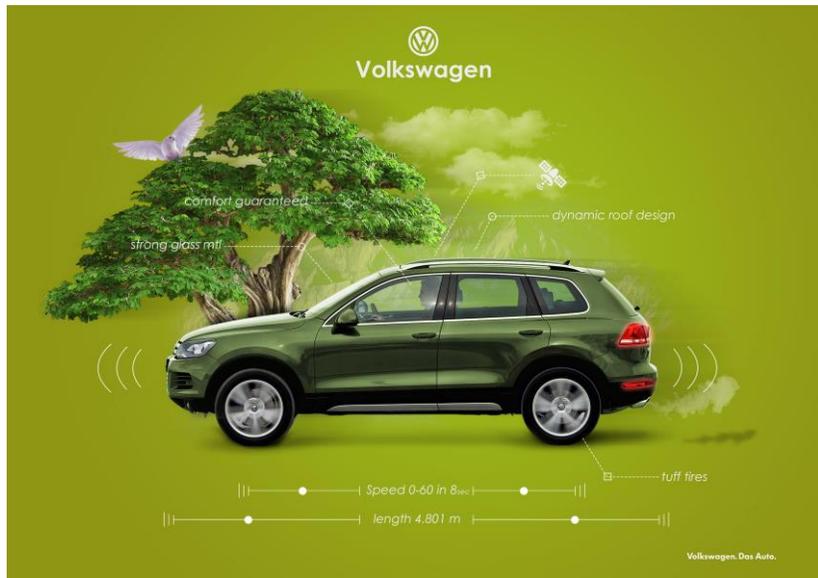
"la verità è che nessuno ha un progetto (ndr. di sostenibilità) come We Sea"



«"La verità è che nessuno ha un progetto come We Sea" rivendica una superiorità in termini di sostenibilità ambientale non dimostrata. Inoltre, "il Tonno Verità" suggerisce ai consumatori la decodifica del senso, ad un tempo denigratorio e scorrettamente comparativo, che nessuno dei concorrenti dica la verità quando rivendicano la sostenibilità ambientale del proprio prodotto.»

AGCM - PS 10211/2016

“l'automobilista che ha optato per questa vettura pensa in modo responsabile ed ecologico”



Messaggi ritenuti ingannevoli in quanto suscettibili di
«indurre in errore i consumatori con riferimento alla vocazione ambientale, alla responsabilità sociale rivendicata dal produttore nonché alle affermazioni del rispetto delle normative vigenti in materia.»

Sanzione: 5 milioni di euro

AGCM - PS 11400/19

“un carburante innovativo che si prende cura del motore e riduce l'impatto ambientale. Eni Diesel+”, “+ attenzione all'ambiente”



«I messaggi sono articolati in modo tale da indurre i destinatari a confondere la componente HVO denominata "Green Diesel" con il prodotto pubblicizzato EniDiesel +, nonché ad attribuire al prodotto nel suo complesso i vanti ambientali ascritti a tale sua componente, alcuni dei quali non risultano peraltro fondati alla luce delle risultanze istruttorie.»

Sanzione: 5 milioni di euro

Tribunale di Gorizia – Ord. 26 novembre 2021

«100% riciclabile», «scelta naturale», «amica dell'ambiente»

Dinamica
NATURAL CHOICE



REVOKED

«I messaggi pubblicitari denunciati sono sicuramente molto **generici** e sicuramente **creano nel consumatore un'immagine green dell'azienda** senza peraltro dar conto effettivamente di quali siano le politiche aziendali che consentono un maggior rispetto dell'ambiente (...).

Inoltre, l'informazione **non risulta allo stato verificata o verificabile**. (...)

Se il prodotto è realizzato con una parte di materiale riciclato, la riduzione totale delle emissioni deve essere **rappresentata soltanto alla quota di materiale riciclato utilizzata e quindi inferiore a quella dichiarata.**»

L'OSSERVATORIO SUL GREENWASHING

Nasce il 1 marzo 2022



Avv. Davide Magnolia

davide.magnolia@lcalex.it

The logo consists of a solid orange square with rounded corners. Inside the square, the letters 'LCA' are written in a bold, white, sans-serif font, centered horizontally and vertically.

LCA

www.lcalex.it
