BIENNIAL CONFERENCE VII CONVEGNO BIENNALE

ASSOCIAZIONE ANTITRUST ITALIANA

ISTITUTO DEGLI INNOCENTI
FIRENZE

# 8-9 GIUGNO JUNE 2023

I PRINCIPALI SVILUPPI NEL DIRITTO DELLA CONCORRENZA DELL'UNIONE EUROPEA E NAZIONALE

MAIN DEVELOPMENTS IN EUROPEAN AND ITALIAN COMPETITION LAW

# *Compliance di sostenibilità: croce o delizia?*

**Francesca Maria Moretti**

Hogan Lovells

**COMUNICAZIONI SOCIETARIE**
(Global Reporting Initiative (GRI), Task Force on Climate-related Financial Disclosures and Linee Guida della Commissione integrative)

**MARKETING**
(Direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali e Direttiva 2006/114/CE sulla pubblicità ingannevole e comparativa)

**RELAZIONI FINANZIARIE**
(Reg. UE sulla divulgazione di informazioni relative alla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari (SFDR))

**COMPLIANCE**

**COMUNICAZIONI AGLI STAKEHOLDER**
(Gli Standard della GRI al fine di delineare come le aziende possono comunicare e segnalare in modo trasparente ed efficace le politiche e pratiche di sostenibilità)

**PRATICHE COMMERCIALI**
(Reg. UE sull'adesione volontaria a un sistema di ecogestione e audit (EMAS), norme ISO come la ISO 14001 sulla gestione ambientale e l'implementazione di pratiche sostenibili nelle operazioni delle aziende)

**PRASSI AGCM** ⟷ **CLAIM AMBIENTALI** ⟷ **STANDARD INTERNAZIONALI**

- Ogni *claim* ambientale (anche quello che comunichi il minimo impatto ambientale) deve riportare in modo puntuale e non ambiguo i vantaggi ambientali

- Tali claim ambientali devono essere comunicati conformemente agli orientamenti emersi in sede comunitaria (ad esempio, gli "Orientamenti per l'attuazione/applicazione della Direttiva 2005/29/ce relativa alle pratiche commerciali sleali", i *"Compliance Criteria on Environmental Claims"* o il *"Consumer market study on environmental claims for non food products"*)

- Secondo gli **Orientamenti per l'applicazione della Direttiva 2005/29/ce**, i professionisti devono presentare *"… le loro dichiarazioni ecologiche in modo chiaro, specifico, accurato e inequivocabile, al fine di assicurare che i consumatori non siano indotti in errore"*

- Secondo la Commissione europea, in tema di *green claims*, le asserzioni ambientali "… *devono essere veritiere, non devono contenere informazioni false e devono esser e presentate in modo chiaro, specifico, inequivocabile e accurato*"

**Cfr. AGCM PS12190 *FREE NOW-CLEAN AIR FEE* del 5 luglio 2022**

*«Nel valutare la gravità della violazione si tiene altresì conto: i) della tipologia dell'infrazione, caratterizzata da un* ***significativo grado di offensività, in quanto riguarda l'utilizzo di affermazioni di carattere ambientale*** *per caratterizzare un addebito del tutto slegato da tali finalità e comunicazioni fuorvianti in merito alle condizioni di tale addebito.»*

Hogan Lovells

***«Greenwashing: lo screening dei siti web rivela che la metà delle affermazioni ecologiche è priva di fondamento»***

(Press Release Commissione europea, 28 gennaio 2021)

**22 marzo 2023: la Commissione propone una «*Direttiva sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (Direttiva sulle asserzioni ambientali)*»**

- *«Autodichiarazione ambientale»:* le imprese che scelgono di presentare questa dichiarazione riguardante i loro prodotti e servizi, dovranno rispettare norme minime sulle modalità per **suffragare e comunicare** tali autodichiarazione (rimangono escluse le autodichiarazioni disciplinate dalle norme esistenti dell'UE);
- Le Autodichiarazioni di cui alla proposta di Direttiva dovranno essere verificate in modo indipendente e convalidate da prove scientifiche identificate dagli impatti ambientali pertinenti ai prodotti/servizi dell'impresa;
- Divieto di Autodichiarazioni o marchi che utilizzino il punteggio aggregato dell'impatto ambientale complessivo del prodotto, tranne se rientrano nelle norme dell'UE
- Riorganizzazione della disciplina relativa ai marchi ambientali

# OBIETTIVI

- Maggiore **chiarezza e maggiori garanzie** per i consumatori
- Premiare le imprese **realmente eco-sostenibili**
- Creare **condizioni di parità** per quanto riguarda le informazioni sulle prestazioni ambientali dei prodotti

Hogan Lovells

# RATING DI LEGALITA' E IMPRESE

## ! VANTAGGI E INCENTIVI !

- **Riconoscimento di elevati standard di legalità**
- **Riconoscimento del grado di attenzione nella corretta gestione del proprio *business***
- **Migliore immagine e reputazione**
- **Concessione di finanziamenti da parte delle PA e delle banche**

**ARTICOLO 3** - Delibera AGCM n. 24075 del 12 novembre 2012 - Regolamento attuativo in materia di rating di legalità (ultima modifica delibera n. 28361 del 28 luglio 2020)

*«Per l'attribuzione del rating di legalità è necessario il rispetto di tutti i requisiti di cui all'articolo 2, commi 2 e 3, del presente Regolamento. In questa ipotesi l'impresa ha diritto al riconoscimento di un punteggio base pari a ★.*

*Il punteggio base sarà incrementato di un + al ricorrere di ciascuna delle seguenti condizioni*

*d) adozione di processi organizzativi volti a garantire forme di Corporate Social Responsibility, anche attraverso l'adesione a programmi promossi da organizzazioni nazionali o internazionali e **l'acquisizione di indici di sostenibilità**;»*

Hogan Lovells