



AVVOCATI PER L'IMPRESA

# GREEN E-COMMERCE: COMUNICARE LA SOSTENIBILITA'

9 novembre 2022

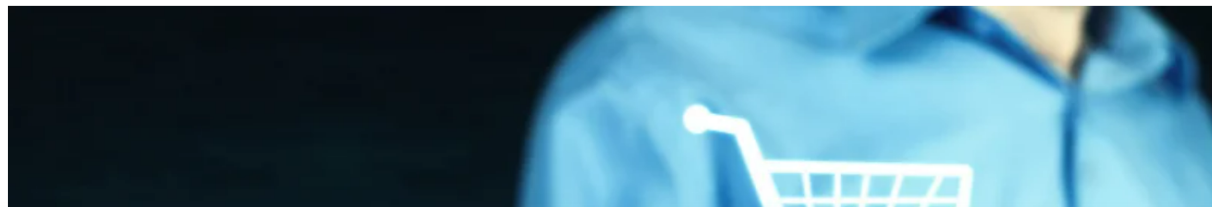
Avv. Teodora Uva

FOCUS PRIMO PIANO TENDENZE

## Quanto costa comprare con un click? Il peso ambientale e sociale dell'e-commerce

Tutti gli aspetti da considerare per calcolare l'impatto ambientale degli acquisti online: dall'imballaggio alla logistica dell'ultimo miglio, dall'instant delivery alle merci distrutte. Ma non è solo questione di impronta climatica

Nicoletta Fascetti Leon 10 Marzo 2022



### POTREBBE INTERESSARTI



Acquisti online? Arriva il trend per il riutilizzo degli imballaggi

 **Lucia Guarano** - 23 Agosto 2022

# NORMATIVA – INDICAZIONI VOLONTARIE

## *Comunicazione delle prestazioni ambientali*

- *Regolamento 66/2010/CE marchio europeo di certificazione ambientale (ECOLABEL)*
- *Linee guida per effettuare e valutare le asserzioni ambientali (Commissione europea 2000)*
- *Comunicazione Commissione UE sull'applicazione della direttiva 2005/29 (2021)*
- *Norme tecniche (ISO 14020, 14021, 14024, 14025, 14026, 14027, 14029, 14063, 13430, 13432... )*
- *D. Lgs. 206/2005 (codice del consumo)*
- *Codice di autodisciplina pubblicitaria (IAP) – art. 12*

# Sanzioni - IAP

## *CODICE DI AUTODISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE*

### *Art. 12 - 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.»*

# Sanzioni - AGCM

*D.Lgs. 206/2005-Codice del Consumo*  
*CAPO II – SEZ. I*  
*PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA*

*D.Lgs.146/2007 che recepisce la*  
*Direttiva 2005/29/CE*  
*PRATICHE COMMERCIALI*  
*SCORRETTE (B2C)*

*D.Lgs. 145/2007*  
*PUBBLICITA'*  
*INGANNEVOLE (B2B)*

# ASSERZIONI AMBIENTALI AUTODICHIARATE - UNI EN ISO 14021- PRINCIPI SPECIFICI

*Le asserzioni ambientali auto-dichiarate e tutte le dichiarazioni esplicative sono soggette a tutti i requisiti in 5.7. Tali asserzioni, comprese tutte le dichiarazioni esplicative:*

*a) devono essere accurate e non fuorvianti;*

*b) devono essere comprovate e verificate;*

*c) devono essere pertinenti a quel particolare prodotto e utilizzate solo in un contesto o una collocazione appropriati;*

*d) devono essere presentate in modo da indicare chiaramente se l'asserzione si applica al prodotto completo o solo a un componente o imballaggio del prodotto, o a un elemento di un servizio;*

*e) devono essere specifiche per quanto riguarda l'aspetto ambientale o il miglioramento ambientale asserito...*

# I pilastri della sostenibilità

PRASSI DI RIFERIMENTO

UNI/PdR 102:2021

## Asserzioni etiche di responsabilità per lo sviluppo sostenibile - Indirizzi applicativi alla UNI ISO/TS 17033:2020

---

*Ethical claims of responsibility for sustainable development - Application guidelines to UNI ISO/TS 17033:2020*

---

La prassi di riferimento ha lo scopo di definire i requisiti per predisporre un'asserzione etica di **sostenibilità di un prodotto, un servizio, un processo o un'organizzazione.**

Il processo di elaborazione dell'asserzione etica di **sostenibilità comprende le tre dimensioni della sostenibilità, che sono:**

- economico
- sociale
- ambientale.

L'**asserzione** etica di sostenibilità permette di promuovere la domanda e l'offerta di quei prodotti, servizi, processi o organizzazioni, le cui caratteristiche possono stimolare un processo di miglioramento continuo verso la sostenibilità con il coinvolgimento degli stakeholder secondo il principio della materialità.

# GREEN E COMMERCE

GLI ASPETTI DA CONSIDERARE

- SITO WEB/PIATTAFORMA
- PRODOTTI E FORNITORI
- LOGISTICA
- RESI



# Impostazione grafica

L'Autorità francese ha ritenuto che:  
«la rappresentazione visiva del globo terrestre,  
con l'Amazzonia al centro, tra due mani  
protettive, suggerisse l'idea che il promosso  
consumo del caffè avrebbe contribuito alla  
protezione del pianeta. Tuttavia, come emerge  
dalle osservazioni dell'inserzionista,  
quest'ultimo si limita ad attuare misure per  
mitigare l'impatto ambientale negativo della  
propria attività.»



## APPLICAZIONE AL GREEN E COMMERCE

L'utilizzo di colori verde/azzurro, specie in associazione tra di loro, deve essere valutato con attenzione

# Divieto di asserzioni vaghe e generiche

**IAP** Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria

## COMITATO DI CONTROLLO

Ingiunzione	n. 44/21 del 22/10/2021
Nei confronti di	CSI- Compagnia Surgelati Italiana S.p.A.; Discovery Italia S.r.l.
Mezzo	TV
Prodotto	Pisellini Findus
Messaggio	<i>"sostenibili perché rispettano l'ambiente e anche te"</i>
Articoli violati	12

Il Presidente del Comitato di Controllo visto il telecomunicato relativo a *"Pisellini Primavera Findus"*, diffuso su RealTime nel mese di ottobre 2021 ritiene lo stesso manifestamente contrario all'art. 12 - *Tutela dell'ambiente naturale* - del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale.

Il messaggio nel vantare la bontà del prodotto pubblicizzato, afferma che *"i Pisellini Primavera sono teneri, dolci, piccoli, sostenibili perché rispettano l'ambiente e anche te"*.

Ad avviso del Comitato, tale affermazione non risulta in linea con quanto richiesto all'art. 12 del Codice, in quanto il messaggio in sé non permette di comprendere con chiarezza attraverso quale aspetto del prodotto o dell'attività produttiva si ottenga il beneficio ambientale vantato, che resta pertanto generico.

Grazie alla cura dell'agronomo Findus i Pisellini Primavera sono una bontà: teneri, dolci, piccoli e sostenibili. Perché rispettando l'ambiente, rispettano anche te.

L'agronomo Findus lo sa quanto sia importante la sostenibilità. Per questo il Minestrone Tradizione Findus è fatto con il 100% di verdure italiane e sostenibili. Perché rispettando l'ambiente, rispettano anche te.

## AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Per la salute del nostro pianeta, crediamo nell'agricoltura responsabile e sostenibile. Ecco perché abbiamo aderito a SAI Platform, una delle principali iniziative globali per l'agricoltura sostenibile, e verificiamo i principi della sostenibilità dei nostri vegetali attraverso lo schema di verifica FSA (Farm Sustainability Assessment), creato da SAI Platform.



SCOPRI DI PIÙ

<https://www.findus.it/sostenibilita/verdure/agronomo-findus>

AI

# Divieto di asserzioni vaghe e generiche



## COMITATO DI CONTROLLO

Ingiunzione	n. 50/21 del 2/12/21
Nei confronti di	FRESHLY COSMETICS S.L.
Mezzo	Publitalia '80 S.p.A.
Prodotto	Cosmetici
Messaggio	<i>"naturale, vegan, sostenibile..."</i>
Articoli violati	12

Il Presidente del Comitato di Controllo visto il telecomunicato relativo a *"Freshly cosmetics"*, diffuso sulle reti Mediaset nel mese di novembre 2021 ritiene lo stesso manifestamente contrario all'art. 12 - *Tutela dell'ambiente naturale* - del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale.

Il messaggio infatti nel presentare i prodotti a marchio 'Freshlycosmetics' vanta, tra le altre cose, la sostenibilità dei prodotti *"naturale, vegan, sostenibile..."* senza fornire alcuna indicazione a sostegno di tale assoluta promessa di ecologicità.

Ad avviso del Comitato di Controllo, l'affermazione *"sostenibile"* non risulta in linea con quanto richiesto all'art. 12 del Codice, poiché il messaggio non permette in alcun modo di comprendere con chiarezza per quale aspetto del prodotto o dell'attività pubblicizzata si ottenga il beneficio ambientale vantato in termini perentori, il quale resta quindi del tutto generico, e come tale non ammissibile.



## APPLICAZIONE AL GREEN E COMMERCE

Il sito deve illustrare nel dettaglio a cosa sia riferito l'impegno green

# Divieto di asserzioni vaghe e generiche

*AGCM Prov. 20559/2009 - ECOFRIENDLY*

*«Almeno il 30%” in meno rispetto alla quantità utilizzata per la produzione di bottiglie di plastica nel 1983 e, precisamente, in meno il 43% per le bottiglie da 2 l. in meno il 32% per le bottiglia 1,5 l. e in meno il 58% per le bottiglie da 0,5 litri.»*



## APPLICAZIONE AL GREEN E COMMERCE

L'azienda deve pre costituire e detenere la documentazione probatoria a supporto delle indicazioni green

# Vanto relativo allo specifico impegno ambientale

## Attenzione al claim '100% riciclato'

Nel Regno Unito, l'autorità di autoregolamentazione della pubblicità ha sanzionato un annuncio ritenuto fuorviante per i consumatori.

9 febbraio 2022 08:40

L'autorità britannica di autoregolamentazione del settore pubblicitario - **Advertising Standards Authority** (ASA) - ha sanzionato di recente un **manifesto** per affissione pubblica dove una nota marca di bevande a base di the (**Lipton Ice Tea**) affermava che le bottiglie erano in 100% riciclato ("**100% Recycled\***"), con un asterisco che rimandava ad un testo in caratteri piccoli, in fondo alla locandina, dove era specificato: "*Bottiglia in plastica riciclata, esclusi tappo ed etichetta*".

L'immagine conteneva inoltre due bottiglie, con il logo del riciclo e il testo "I'M 100% Recycled Plastic".

La pubblicità è stata sottoposta all'esame dell'ASA che ha **contestato** il claim "**100% Recycled**", nonostante la presenza dell'asterisco ( e del relativo rimando), poiché nell'immagine le bottiglie erano provviste di etichetta e chiusura (non in materiale riciclato) e il testo di spiegazione era scritto in caratteri troppo piccoli, collocato nell'angolo in basso a sinistra dell'annuncio, ingenerando così nel consumatore l'idea che l'intera confezione fosse in materiale rigenerato.

L'autorità ha quindi decretato l'annuncio come fuorviante (**pubblicità ingannevole**) imponendo la cancellazione della campagna.





# Vanto relativo allo specifico impegno ambientale

*AGCM Provv 24046 del 2012*

*650 milioni di bottiglie Sant'Anna Bio Bottle permettono un risparmio di 176.800 barili di petrolio con cui riscaldare per un mese una città di 520.000 abitanti e riducono le emissioni di CO<sub>2</sub> pari a un'auto che compia il giro del mondo per 30.082 volte in un anno*

**BOTTIGLIA ECO-SOSTENIBILE**  
Prima e unica al mondo nel formato 1,5 L

**Sant'Anna**  
sorgente Rebruant

**Bio Bottle**  
NATURALE

**L'unica al mondo che sparisce in soli 80 giorni (e l'ambiente ringrazia)\*.**

Dai vegetali arriva la prima bottiglia eco-sostenibile al 100%, la prima e unica al mondo nel formato 1,5 L. Sant'Anna Bio Bottle è compostabile: mentre si conserva come le bottiglie di plastica tradizionale, si biodegrada completamente in 80 giorni negli appositi siti di compostaggio. Inoltre, a differenza delle plastiche più comuni, è riciclabile chimicamente: una Bio Bottle nuova nasce da una Bio Bottle usata, **senza usare petrolio e senza inquinare l'atmosfera**. 650 milioni di bottiglie Sant'Anna Bio Bottle permettono **un risparmio di 176.800 barili di petrolio con cui riscaldare per un mese una città di 520.000 abitanti** e **riducono le emissioni di CO<sub>2</sub> pari a un'auto che compia il giro del mondo per 30.082 volte in un anno**. Per questo, oltre a scegliere un'acqua minerale naturale dalla riconosciuta, eccezionale leggerezza, con Sant'Anna Bio Bottle fai una scelta decisa in favore della sostenibilità dell'ambiente. Mettila nei contenitori per la raccolta differenziata della plastica: sarà compito degli enti preposti avviarla agli impianti di compostaggio industriale se disponibili.

**Sant'Anna Bio Bottle. Plastica vegetale Ingeo™ al posto del petrolio.**  
Disponibile prossimamente nei formati da 0,5 e 1,5 L.

\*nel formato 1,5 l biodegradabile in 80 giorni negli appositi siti di compostaggio industriale.

## APPLICAZIONE AL GREEN E COMMERCE

Deve essere esplicitato chiaramente se l'impegno green è riferibile ad una sezione specifica del sito/determinati prodotti

# Divieto di asserzioni vaghe e generiche

*AGCM Prov. 24438/2013*

*“Messaggi pubblicitari incentrati sulla sostenibilità ambientale della propria linea di pannolini per l’infanzia “Naturaè”, volti ad accreditare il prodotto come avente particolari caratteristiche di eco-compatibilità, anche attraverso l’utilizzo del marchio “Compostabile CIC” rilasciato dal Consorzio Italiano Compostatori”.*



## APPLICAZIONE AL GREEN E COMMERCE

Attenzione alle indicazioni di gestione post consumo e più in generale alla effettività degli impegni veicolati

# GRAZIE

Corso Re Umberto 44 - 10128 Torino  
T 011.50.96.424 - F 011.56.82.354  
E [teodora.uva@avvocatiperlimpresa.it](mailto:teodora.uva@avvocatiperlimpresa.it)  
W [avvocatiperlimpresa.it](http://avvocatiperlimpresa.it)