

«Essere una società Benefit non mette al riparo dalle sanzioni»

INTERVISTA

Michele Bonsegna
Consigliere
direttivo
Aodv231



I bollino della certificazione green? Non è sufficiente a mettere l'azienda al riparo dall'accusa di greenwashing. Lo stesso vale per la definizione di società Benefit. A dirlo è Michele Bonsegna, avvocato penalista d'impresa e componente del Consiglio direttivo di Aodv231, l'associazione degli organismi di vigilanza.

Molte aziende scelgono la qualifica di società Benefit o acquistano certificazioni private. Questo scudo formale mette al riparo dalle accuse di greenwashing?

«Assolutamente no. Molte realtà si definiscono Benefit o acquistano bollini da certificatori terzi, ma la certificazione scatta solo una fotografia al passato. Il certificatore viene oggi e fotografa ciò che hai fatto fino a ieri, ma dal momento successivo la società non può dimenticarsi dei presidi organizzativi interni. Occorre quella che definisco la manutenzione della certificazione: controlli periodici e audit interni che dimostrino la continuità operativa dell'eccellenza dichiarata. Senza questo riscontro pratico, definirsi Benefit o dichiarare obiettivi Esg senza rendicontarli espone l'impresa a pesanti contestazioni».

Con le norme Ue sul greenwashing cosa cambia in concreto per le imprese?

«Si va a stabilire che, a fronte di un'asserzione ambientale, devi essere in grado di dimostrare l'eccellenza che tu stesso ti riconosci, altrimenti rischi di aver dato un'informazione sbagliata al mercato. Da avvocato, posso dire che vivo e lavoro sulle prove scritte. Fino a ieri poteva bastare una relazione formale o un report di sostenibilità generico, oggi ogni affermazione va provata con documenti e dati tecnici riscontrabili. La norma si colloca nel Codice del consumo, attribuendo un ruolo centrale all'Antitrust nel sanzionare le comunicazioni ingannevoli. Non siamo di per sé nel codice penale, ma un'asserzione falsa fornita al mercato o ai soci diventa la base per contestazioni di falsa comunicazione sociale».

A proposito di catena del valore: perché la responsabilità dell'azienda non si ferma entro i confini della propria sede?

«Considerare che la responsabilità aziendale finisca al proprio cancello è una visione anacronistica. L'obiettivo d'impresa e il rispetto dei criteri ambientali e sociali si raggiungono attraverso la filiera. Non posso definirmi sostenibile se delocalizzo l'impatto o le violazioni all'esterno. Come insegnano la giurisprudenza antimafia e le inchieste della Procura di Milano sulla filiera e sul caporalato, la capogruppo deve garantire che l'intera catena del valore sia in regola. Serve un controllo costante sui fornitori diretti e indiretti, anche mediante carte etiche e rendicontazioni vincolanti».

—V.D'A.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

17

Professionisti

Greenwashing

Ecco le 10 cose che un'azienda non deve fare

Dichiarazioni green, un vademecum utile per consumatori e imprese

Valutazioni d'impatto

La direttiva europea sul greenwashing, entrata in vigore il 24 giugno, impone alle aziende di fornire informazioni chiare e veritiere sui loro prodotti e servizi. Le imprese che non rispettano queste regole rischiano sanzioni pesanti. Ecco le 10 cose che un'azienda non deve fare per evitare di essere considerata un greenwasher.

1. Non allargare l'area di applicazione delle dichiarazioni green. Le aziende non devono estendere le dichiarazioni green a prodotti o servizi che non sono stati sottoposti a valutazioni d'impatto.

2. Non usare termini ambiziosi e generici. Evitare di usare termini come "eco-friendly", "green", "naturale" senza specificare il contesto e le condizioni di utilizzo.

3. Non usare immagini ingannevoli. Evitare di usare immagini che suggeriscono un'eco-compatibilità che non corrisponde alla realtà.

4. Non usare dati falsi o fuorvianti. Le aziende devono fornire dati precisi e verificabili, evitando di usare dati falsi o fuorvianti per ingannare i consumatori.

5. Non usare dichiarazioni green per attirare l'attenzione su altri aspetti negativi. Le aziende non devono usare dichiarazioni green per attirare l'attenzione su altri aspetti negativi, come la mancanza di trasparenza o la mancanza di etica.

6. Non usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative. Le aziende non devono usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative, come la mancanza di trasparenza o la mancanza di etica.

7. Non usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative. Le aziende non devono usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative, come la mancanza di trasparenza o la mancanza di etica.

8. Non usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative. Le aziende non devono usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative, come la mancanza di trasparenza o la mancanza di etica.

9. Non usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative. Le aziende non devono usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative, come la mancanza di trasparenza o la mancanza di etica.

10. Non usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative. Le aziende non devono usare dichiarazioni green per nascondere informazioni negative, come la mancanza di trasparenza o la mancanza di etica.

Asserzioni ambientali bocciate al 98%

Un'indagine condotta da Greenpeace ha rivelato che il 98% delle asserzioni ambientali delle aziende non è veritiera. Le aziende che non rispettano le regole del greenwashing rischiano sanzioni pesanti.

Welfare Aziendale

IN VENDITA IL 17 SETTEMBRE 12,90€

WELFARE AZIENDALE

Il Welfare Aziendale è un libro che spiega come creare un ambiente di lavoro sano e produttivo. Il libro è diviso in tre parti: la prima parte spiega come creare un ambiente di lavoro sano e produttivo, la seconda parte spiega come creare un ambiente di lavoro sano e produttivo, la terza parte spiega come creare un ambiente di lavoro sano e produttivo.