

— 28 settembre 2026

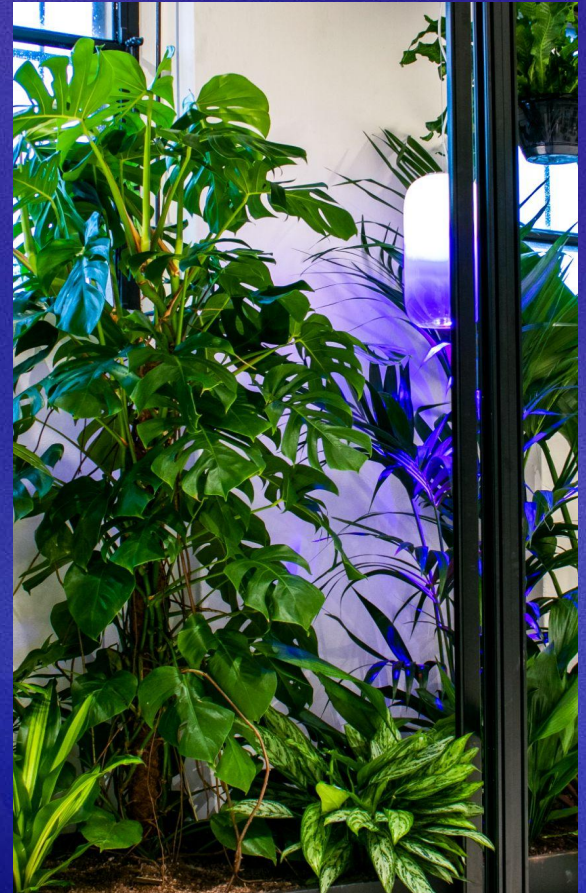
Deep Dive

Comunicare la sostenibilità in modo efficace, credibile e coerente: strumenti e approcci per evitare il greenwashing e valorizzare l'impatto reale



AGENDA

1. Lo scenario
2. Il racconto
3. Laboratorio pratico



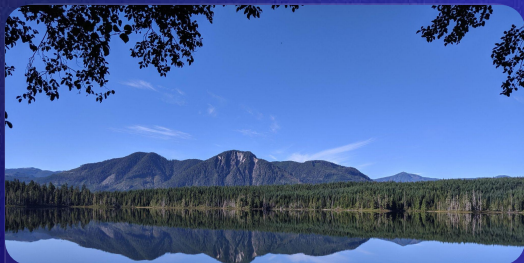
g

LO SCENARIO

Deep Dive

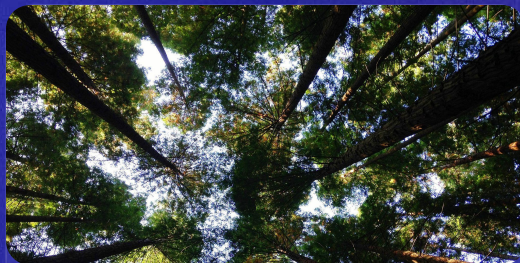
A TUTTI GLI STAKEHOLDERS INTERESSA LA SOSTENIBILITÀ

Crescente interesse degli stakeholder



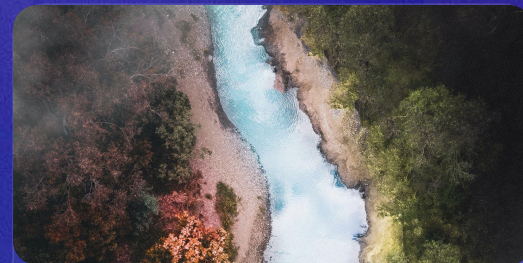
83%

dei **consumatori** pensa che le aziende dovrebbero attivamente modellare le migliori pratiche ESG



86%

dei **lavoratori** preferisce lavorare per aziende che sostengono le stesse cause a cui tengono



88%

degli **investitori** ritiene che le aziende che danno priorità alle questioni ESG offrano maggiori opportunità di rendimento

GREENWASHING IN EUROPA

2022

Proposta legislativa
della direttiva
**"Empowering
Consumers for the
Green Transition"**

2023

**"Direttiva
Empowering"**
2024/825 approvata
dal **Parlamento
europeo** e proposta
legislativa per la
**"Green Claim
Directive"**

2024

Implementazione della
**Corporate
Sustainability
Reporting Directive**
(CSRD)

2025

Proposta della
**"Omnibus
Regulation"**
Stand-by direttiva
Green Claim

2026

Applicazione della
**"Direttiva
Empowering"**

OMNIBUS: DUE DILIGENCE E TASSONOMIA



CSDDD — Due Diligence

- Obbligo solo per imprese **>5.000 dip. e >1,5 mld €** di fatturato.
- Applicazione rinviata al **26/07/2029** (recepimento entro 26/07/2028).
- Eliminato l'obbligo autonomo di piano di transizione climatica (rimane obbligatorio dichiararlo se soggetti a CSRD).
- Sanzione massima ridotta dal **5% al 3%** del fatturato globale; focus sui fornitori diretti.
- Sorveglianza obbligatoria su **diritti umani** e **impatto ambientale** lungo la catena del valore.



Tassonomia UE

- **Soglia di materialità < 10% del fatturato:** meno reporting per le attività che pesano meno del 10%.
- **Criteri «DNSH» semplificati:** focus su inquinamento e sostanze chimiche. Le attività green non devono danneggiare gli obiettivi ambientali.
- Atto delegato in vigore dall'**8/01/2026**, applicato dal 1/01/2026.
- Resta il riferimento chiave per la **finanza sostenibile** e l'accesso al capitale «verde».

EUDR E DIGITAL PRODUCT PASSPORT



EUDR

Vieta di immettere sul mercato UE prodotti legati a deforestazione dopo il 31/12/2020. Richiede geolocalizzazione e due diligence di filiera.

7 materie prime in scope (+ derivati):

Bovini**Cacao****Caffè****Olio di
palma****Gomma****Soia****Legno****30/12/2026**

grandi e medie imprese

30/06/2027

micro e piccole imprese

Reg. 2025/2650

semplifica: solo il primo operatore che immette il prodotto presenta la due diligence



Digital Product Passport

Il regolamento **Ecodesign** (ESPR, Ecodesign for sustainable Products Regulation - UE 2024/1781) introduce il «**passaporto digitale di prodotto**»: un QR/NFC con dati di **composizione**, **origine**, **impatto** e **riciclabilità**. Niente passaporto, niente accesso al mercato UE.

2026**2027****2028****2029****Batterie &
Acciaio**
(da feb. 2027)**Tessile,
pneumatici,
alluminio****Mobili****Materassi,
elettronica**

I 7 PECCATI DEL GREENWASHING

01 Omissione di informazioni su impatti secondari.

02 Mancanza di prove scientifiche accessibili.

03 Vaghezza: l'uso di aggettivi senza KPI.

04 Irrilevanza: vantaggi minimi spacciati per core.

05 Minore dei mali (es. tabacco "bio").

06 False etichette e auto-certificazioni.

07 Mentire sui risultati reali di abbattimento.

Riconoscere questi peccati è il primo passo essenziale per costruire una comunicazione di sostenibilità trasparente e credibile.

g

IL RACCONTO

Deep Dive

IL LESSICO DELLA COMUNICAZIONE ESG

Parole da evitare

- ✗ impatto zero
- ✗ sostenibile
- ✗ verde
- ✗ rispettoso dell'ambiente
- ✗ eco (ecofriendly...)
- ✗ 100% naturale

Usare con cautela

- ⚠ net zero / carbon neutral
- ⚠ responsabile
- ⚠ ridotto impatto ambientale

Dati / certificazioni

- ✓ ecolabel
- ✓ FSC
- ✓ fairtrade
- ✓ EPD*
- ✓ cradle to cradle
- ✓ ISO

*certifica che è stata condotta un'analisi LCA ("Life Cycle Assessment")

IL RISCHIO DEL GREENWASHING

DO'S

- ✓ Presentare informazioni **chiare e comprensibili**
- ✓ Fornire **prove** a sostegno di quanto affermato
- ✓ Indicare l'**ambito** e l'aspetto del prodotto a cui si riferiscono le dichiarazioni ambientali
- ✓ Formalizzare **procedure** / linee guida sul processo di gestione dei claims
- ✓ Validare i claim da un **soggetto terzo** ed indipendente

DON'TS

- ✗ **no claim perentori e assoluti** (e.g., 100% sostenibile, 100% green, zero emissioni, impatto zero) se non supportati da prove
- ✗ **no affermazioni vaghe e generiche** (e.g. sostenibile)
- ✗ **no informazioni reticenti, imprecise o fuorvianti** o limitate a singoli aspetti del prodotto
- ✗ **no espressioni generiche** come «rispettoso dell'ambiente», «ecocompatibile», «verde», «naturale» se non supportate da prove

PARLARE O TACERE?

Il Dilemma del Greenhushing

Nel timore di essere accusati di greenwashing, molte aziende scelgono la via del silenzio, rinunciando a comunicare il proprio impegno.

La Realtà dell'Algoritmo

In un mercato dominato dall'intelligenza artificiale, se non dichiari i tuoi dati in modo trasparente, per l'algoritmo semplicemente non esisti.

Il silenzio è la nuova strategia di sicurezza o è l'inizio dell'irrilevanza?



SPUNTI PER IL DIBATTITO TRA AZIENDE

DOMANDA 01

Dove passa, nella vostra esperienza, il confine tra **comunicazione efficace** e **greenwashing**?

SPUNTI PER IL DIBATTITO TRA AZIENDE

DOMANDA 02

Quali sono le **barriere interne** (legal, marketing, ESG) che rallentano una comunicazione più trasparente?



SPUNTI PER IL DIBATTITO TRA AZIENDE

DOMANDA 03

Il rischio di **greenhushing** è, nel vostro settore, più concreto di quello di **greenwashing**?



SPUNTI PER IL DIBATTITO TRA AZIENDE

DOMANDA 04

Come misurate, oggi, la **credibilità di un claim** prima di pubblicarlo?

ESEMPI DI GREENWASHING - RYANAIR

Ryanair dichiara di essere "la compagnia aerea a più basse emissioni d'Europa". Nel Regno Unito, l'ASA (Advertising Standards Authority) li ha accusati di:

DATI

Presentare dati **non aggiornati**

ESCLUSIONE

Non considerare alcune **compagnie aeree**

CALCOLO

Utilizzare metodologie di **calcolo errate**



EUROPE'S LOWEST FARES, LOWEST EMISSIONS AIRLINE

Everybody knows that when you fly Ryanair you enjoy the lowest fares. But do you know you are travelling on the airline with Europe's lowest emissions as well?

While aviation is responsible for just 2% of carbon emissions, our industry is determined to play a leading role in reducing emissions. Aviation already pays significant environmental taxes – this year Ryanair will pay €630m in environmental taxes in Europe.

Ryanair has the lowest carbon emissions of any major airline – 66g Co2 for every passenger kilometre flown. This is because we have the youngest fleet of aircraft (avg. age 6 years), the highest load factors (97% of seats filled) and newest most fuel efficient engines.

Ryanair is committed to cutting our carbon emissions further which is why we are investing over \$20 billion in new aircraft that will cut our carbon emissions by 10% by 2030 and lower noise emissions by a further 40%.

Many of our customers are now choosing to offset the carbon cost of their flight each time they book with us. We support them making that choice and we thank them for contributing to our 4 great environmental partners.

Find out more at www.ryanair.com/environment



RYANAIR
MORE CHOICE. LOW FARES. GREAT CARE.



ESEMPI DI GREENWASHING - TESCO



In generale, è corretto incentivare le persone verso un'**alimentazione a base vegetale**, ma proponendo il consumo di un prodotto rispetto ad altri, occorre dimostrare che il suo **impatto** sarà **effettivamente minore**.

In assenza di argomentazioni solide, l'autorità garante (ASA) ha disposto il **ritiro della campagna** per Greenwashing.

ESEMPI DI GREENWASHING - ROVAGNATI



Rovagnati dichiara di aver piantato una foresta di **1300 alberi** che può assorbire fino a 363 Tons di CO_2 (*l'equivalente della CO_2 emessa per produrre 6 Tons di carne*);

L'azienda però non dichiara:

- quante sono le proprie emissioni complessive?
- a quanto ammonta l'effettivo carbon sink?

ESEMPI DI GREENWASHING - SAN BENEDETTO



ECOGREEN
PROTEGGI LA NATURA CON NOI

SAN BENEDETTO - CHE COSA CAMBIERESTE?



ECOGREEN
PROTEGGI LA NATURA CON NOI

ESEMPI POSITIVI- ASICS

+10,8 kg CO₂ e

Totale delle emissioni di CO₂ per ogni paio di
GEL-NIMBUS™ 26.

L'impronta di carbonio della GEL-NIMBUS™ 26
è inferiore di circa il 25% rispetto alla media del settore.*

Acquista ora

**Confronto basato sulla metodologia 1.1 utilizzata da ASICS per misurare la propria impronta di carbonio e sul report più completo disponibile sulla media del settore per le scarpe da running, realizzato dal MIT ([report](#)). Clicca ([qui](#)) per scoprire di più sul nostro metodo di calcolo.*

Esempi positivi - LENZING

Lenzing ha presentato un concetto innovativo che unisce la **protezione dei ghiacciai** con la **circularità nel settore tessile**. Il progetto utilizza geotessili biodegradabili realizzati con fibre LENZING™ per proteggere i ghiacciai dal **disgelo**, riducendo l'inquinamento da **microplastiche**.

Questi geotessili possono essere riciclati in nuove fibre tessili, prolungandone la vita come indumenti. I **test sul campo** hanno dimostrato risultati positivi nella **riduzione della perdita di ghiaccio glaciale**, evidenziando l'importanza dell'unione tra pratiche responsabili e l'economia circolare nel tessile.



Fonte: "Lenzing presents innovative concept combining sustainable glacier protection and circularity for textiles"

g

LABORATORIO PRATICO

Deep Dive

LABORATORIO DI CO-DESIGN

Fase 1: Stress Test

Prendere un messaggio della vostra organizzazione e passarlo al vaglio della Direttiva 2024/825.

Fase 2: Re-Coding

Riscrivere il messaggio bilanciando precisione tecnica e impatto umano.

Obiettivo: Uscire con 3 linee guida concrete per il proprio team.



Grazie.

Green Media Lab Srl SB

Via Tertulliano 68 — Milano

Phone: + 39 02 91320415

Mail: info@greenmedialab.com

Instagram: [@greenmedialab](https://www.instagram.com/greenmedialab)

LinkedIn: [@greenmedialab](https://www.linkedin.com/company/greenmedialab)

www.greenmedialab.com

**green
medialab**



Le idee, i progetti ed i processi contenuti in questo documento rappresentano una parte sostanziale dei servizi offerti da Green Media Lab Srl SB e rientrano pertanto nelle proprietà intellettuali di Green Media Lab Srl SB. Gli stessi non sono, quindi, in alcun modo oggetto di cessione, rimanendo tutelati dalla normativa sul diritto d'autore (copyright). E' fatto pertanto espresso divieto di farne qualsivoglia uso, salvo l'espressa autorizzazione scritta da parte di Green Media Lab Srl SB.