



ASSOLOMBARDA
Gruppo Giovani Imprenditori

Oltre il reporting: comunicazione e circolarità, le prossime sfide ESG

A cura di

Deloitte
Private



GGI Academy Lab

Relatori di oggi



Ernesto Lanzillo

Deloitte Central Mediterranean

Private Leader

elanzillo@deloitte.it



Giuseppe Milici

Deloitte Audit & Assurance

Partner

gmilici@deloitte.it



Irene Cropanise

Deloitte Climate & Sustainability

Manager - LCA expert

icropanise@deloitte.it



Sonia Belloli

Deloitte Legal

Managing Associate

sbelloi@deloitte.it

Agenda

1. **Innovazione e circolarità**
2. **Comunicazione e green claims**
3. **Esercizio di gruppo**



Innovazione e circolarità

Irene Cropanise - *Deloitte Climate & Sustainability*

Agenda

1. Contesto di riferimento
2. Settori rilevanti per l'economia circolare
3. Casi studio e best practices
4. Q&A



Contesto di riferimento

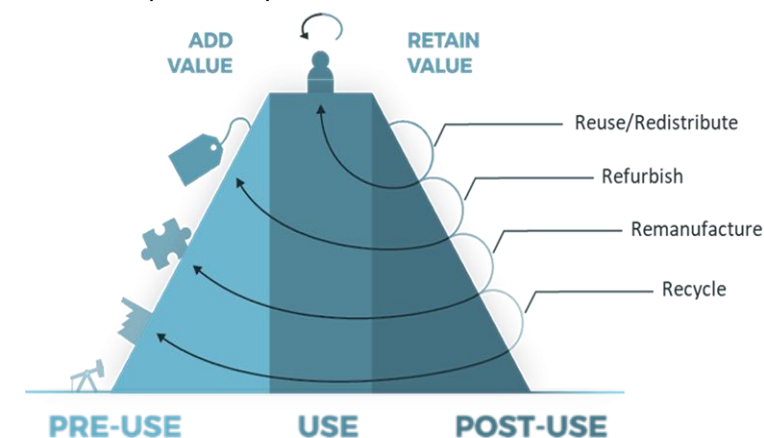
Introduzione all'Economia Circolare | Cos'è l'Economia Circolare

Nata principalmente per rispondere alle sfide della sostenibilità ambientale, l'economia circolare si rivela oggi un fattore chiave per accrescere la resilienza, l'autonomia strategica e la competitività del tessuto industriale europeo e italiano.

Nell'**economia lineare**, alla fine del ciclo di vita di un prodotto, si verifica una significativa perdita di valore, in quanto quest'ultimo diventa spesso un rifiuto e viene smaltito generando spreco di risorse e materiali.



Nell'**economia circolare**, il valore associato a un prodotto viene mantenuto e incrementato attraverso pratiche quali il riciclo, il riutilizzo, la riparazione e la rigenerazione. In questo modo si massimizza l'uso delle risorse e si preserva il valore del prodotto per tutto il suo ciclo di vita.



Possibili benefici

Sicurezza degli asset e riduzione dei rischi

L'economia circolare promuove il riutilizzo, il riciclo e la rigenerazione dei materiali, riducendo la dipendenza dalle risorse vergini e i costi associati all'estrazione e alla produzione.

Ricavi & profitti

La transizione verso un modello circolare stimola ricerca e sviluppo di nuove tecnologie e processi, creando opportunità economiche per le imprese e facilitando l'accesso a mercati sensibili a temi ambientali.

Introduzione all'Economia Circolare | Contesto di riferimento

Il contesto macroeconomico e la crisi climatica spingono le aziende a trasformare i modelli di business per preservare la continuità e raggiungere i target ambientali prefissati

Contesto



Il **contesto geopolitico globale** attraversa un **periodo di forte incertezza** con **implicazioni dirette sulle filiere aziendali e sull'approvvigionamento di materie prime**



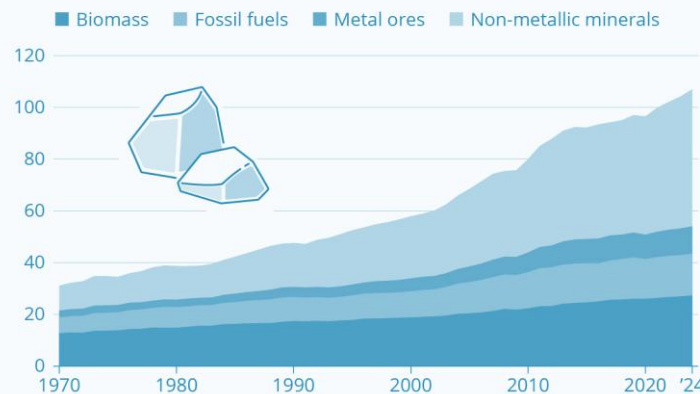
Il **volume di materiali utilizzati** a livello globale è **più che triplicato** negli ultimi 50 anni e **continua a crescere** a un ritmo del **2,3% annuo**. Il **settore delle costruzioni e della mobilità** rappresentano la **principale fonte di domanda**, seguiti dal settore alimentare ed energetico: responsabili di circa **il 90% del consumo mondiale di materiali**¹



L'**aumento strutturale dei prezzi delle materie prime** comprime i **margini aziendali**, spingendo le imprese a **ripensare strategie e fonti di approvvigionamento**

A History of Resource Extraction & Acceleration

Global extraction of the four main material groups (in billion tonnes)



Source: Global Material Flows Database

Over-reliance on China could hit UK energy supply chains 'putting 90,000 jobs at risk'

Textiles, not reusing waste wastes \$150 billion annually

According to Bcg's 'Spinning Textile Waste into Value' study, raising textile waste recycling rates above 30% would create over \$50 billion in new value and around 180,000 jobs

IMF warns on risks to global economy amid tariff trade shock - as it happened

From lithium to cobalt, strategic raw materials for defence, but Italy is vulnerable: here's why

Demand for this type of raw material is set to increase exponentially in the coming decades, in light of their fundamental role in the realisation of the technologies required for the green and digital transition and their essential use in the defence and aerospace sectors

In questo contesto, diventa strategico per le imprese individuare **soluzioni alternative** che **rafforzino la resilienza del business** e delle **catene di approvvigionamento**, cogliendo le opportunità offerte dall'**economia circolare**

Introduzione all'Economia Circolare | Contesto di riferimento

L'economia circolare in Europa è una grande opportunità di business generando circa 316mld di euro, con investimenti per oltre 120 miliardi e oltre 4mln di persone occupate

Europa



121,6 mld €

Investiti dal settore privato nei settori dell'economia circolare UE nel 2021 → Circa **0,8% del PIL UE**¹



299 mld €

Valore aggiunto nei settori dell'economia circolare UE nel 2021 con una crescita del **27% dal 2015**¹



100 mld €

Potenziale di rigenerazione nel mercato europeo **entro il 2030**¹

Italia



34,5 mld €

Valore aggiunto generato da attività tipiche dell'Economia Circolare (riciclo, riparazione, riutilizzo) → **Circa l'1,6% del PIL ITA**²



82,5 mld €

Risparmi derivanti dalla **riduzione** della **dipendenza** dalle **importazioni estere** **entro il 2030**³



119 mld €

Potenziati risparmi entro il **2030** attraverso l'adozione di **pratiche circolari**³

Tuttavia il percorso verso un'economia circolare **dovrebbe essere più veloce** e l'Europa è ben **lontana dall'obiettivo** di raddoppiare il proprio tasso di circolarità **portandolo al 24% nel 2030**⁴

Strumenti per l'Economia Circolare | Eco-design

Esistono diversi modelli di business circolare da scegliere in base al contesto e al tipo di prodotto o servizio. Per ottenere i massimi benefici, i prodotti devono essere progettati secondo principi di circolarità: l'ecodesign integra questi aspetti in tutto il ciclo di vita del prodotto



Per comprendere quali scelte apporteranno i maggiori benefici, è fondamentale **identificare quali processi** determinano gli impatti maggiori e per quali indicatori ambientali

Strumenti per l'Economia Circolare | Life Cycle Assessment

Metodologia riconosciuta come uno strumento solido e credibile per misurare le prestazioni ambientali di un prodotto nel corso del suo ciclo di vita, con l'obiettivo generale di ridurre gli impatti ambientali.



Fa riferimento alle norme **UNI EN ISO 14040:2006** *Environmental management – Life Cycle Assessment – Principles and Framework* & **UNI EN ISO 14044:2006** *Environmental management – Life Cycle Assessment – Requirements and Guidelines*



Un LCA è un utile strumento di analisi **a supporto dell'ecodesign** in quanto

- permette di **individuare gli hotspot** di impatti nel ciclo di vita del prodotto già esistente
- **favorisce i paragoni** tra soluzioni alternative (es. quale tipo di materiale utilizzare)
- **facilita il decision-making** per soluzioni future – valutando sia gli impatti interni che esterni (es. in quale geografia produrre o quale energy mix utilizzare)



I **risultati** di un LCA permettono di identificare:

- Quali **fasi del ciclo di vita** del prodotto hanno impatto maggiore
- Quali sono le **categorie di impatto** ambientale più rilevanti
- Quali **elementi** (materiali o processi) **del sistema di prodotto** contribuiscono maggiormente ad un impatto specifico

Solitamente il ciclo di vita di un prodotto si struttura **in 5 fasi**, dal momento di estrazione/produzione delle materie prime a quando il prodotto cessa di avere vita utile e viene smaltito.

L'analisi può essere effettuata su **tutto il ciclo di vita** oppure scegliendo di fare dei focus, lasciando quindi alcune fasi fuori dal perimetro di analisi.

Cradle-to-gate

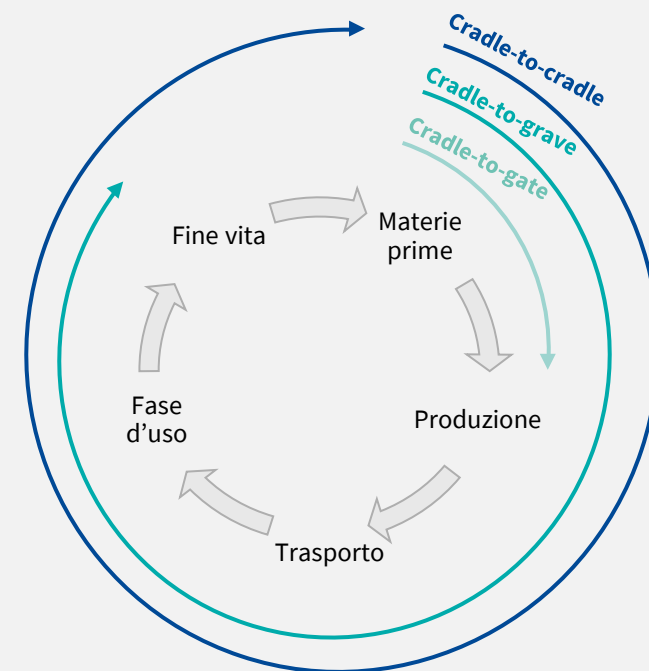
Le fasi di uso e smaltimento vengono scartate dal perimetro

Cradle-to-grave

Tutte le fasi del life cycle di prodotto sono prese in considerazione

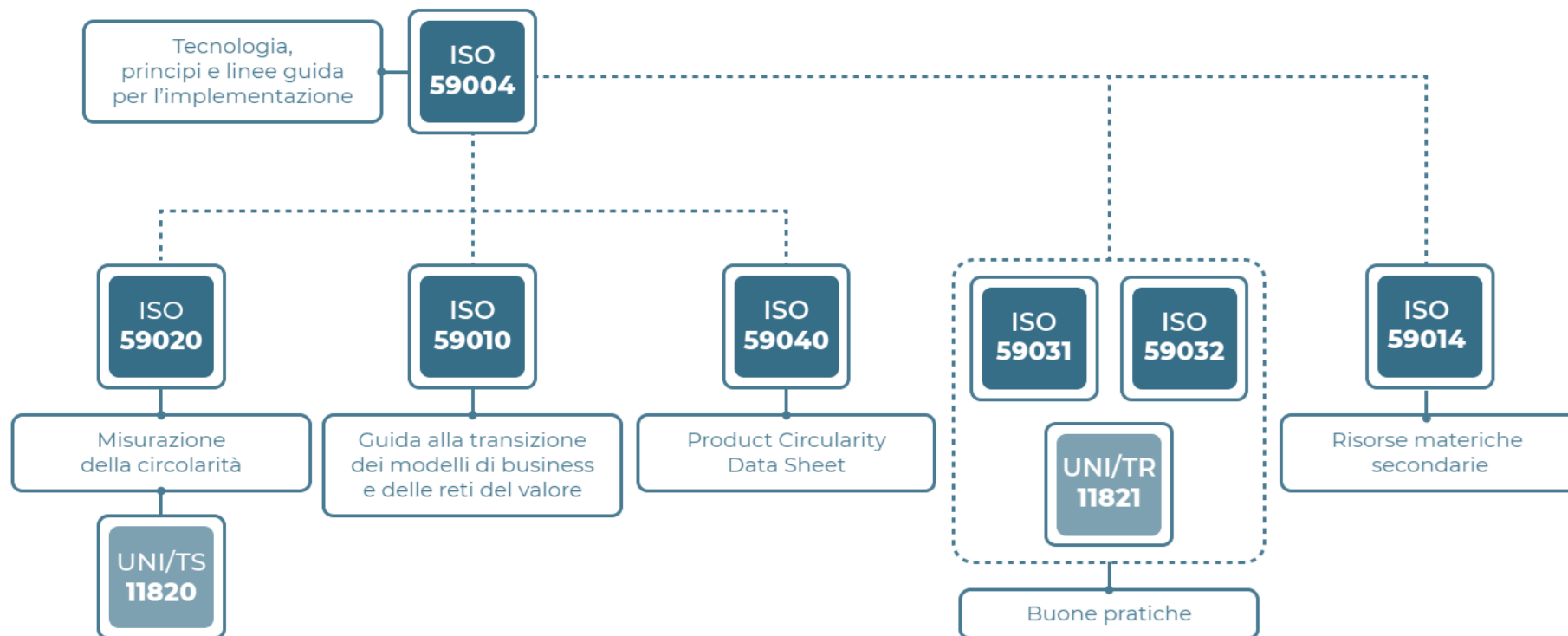
Cradle-to-cradle

Si tratta di una variante di *cradle-to-grave*, sostituendo la fase di smaltimento con un riutilizzo, chiudendo così il cerchio



Strumenti per l'Economia Circolare | Come misurare la circolarità: gli Standard UNI e ISO

Negli ultimi anni la normazione nazionale (UNI) e internazionale (ISO) ha sviluppato una serie di standard volti a fornire linee guida autorevoli per la misurazione della circolarità.



L'Unione Europea si è dotata di un quadro normativo articolato e in rapida evoluzione per accelerare la transizione verso l'ampio e complesso mondo della circolarità



L'**economia circolare** è un pilastro del **Green Deal Europeo** con il quale mira a raggiungere la **neutralità climatica** e l'eliminazione dei rifiuti tossici entro il **2050**.

Il modello si basa sull'**estensione della vita utile** dei prodotti e sulla **riduzione** drastica dei **rifiuti** e dell'uso di nuove **risorse** naturali.



In linea con il quadro europeo, l'Italia sta accelerando la transizione circolare recependo e l'**attuazione delle direttive UE**, e sviluppando una sua **strategia nazionale 2022-2035**

Piano strategico per guidare la transizione dell'UE verso un'economia circolare.

Circular Economy Action Plan
2020

Introduce un **quadro unico** per rendere i **prodotti più durevoli, riparabili e circolari** lungo il ciclo di vita, con informazioni trasparenti per il consumatore.

Eco-design for Sustainable Product Regulation
2024

 Focus next slides

Intende aumentare competitività, resilienza e decarbonizzazione rafforzando i **mercati delle materie prime seconde**

Circular Economy Act
Adozione prevista: fine 2026

Critical Raw Materials Act
2024

Mira a ridurre la dipendenza europea dalle materie prime critiche e strategiche ponendosi obiettivi per garantire un **approvvigionamento sicuro, diversificato e sostenibile**

Packaging and Packaging Waste Regulation
2025

 Focus next slides

Stabilisce requisiti armonizzati per la progettazione, l'uso e il fine vita degli **imballaggi**, con l'obiettivo di **ridurre i rifiuti**, aumentare il riuso e migliorare la riciclabilità nel mercato UE.

Contesto normativo | Eco-design for Sustainable Products Regulation (ESPR)

Il Regolamento ESPR mira a ridurre l'impatto ambientale dei prodotti lungo l'intero ciclo di vita. Introduce requisiti relativi di sostenibilità, circolarità e trasparenza dei prodotti.

Requisiti

-  **Progettazione ecocompatibile:** progettazione di prodotti più durevoli, riparabili, efficienti e facilmente riciclabili
-  **Digital Product Passport:** tracciamento digitale di composizione, sostenibilità e ciclo di vita dei prodotti
-  **Invenduto:** divieto di distruzione degli invenduti per tessuti, accessori e calzature

Settori prioritari

-  Prodotti ICT ed elettronici
-  Ferro, acciaio, alluminio
-  Prodotti chimici e legati all'energia
-  Tessili (indumenti e calzature)
-  Mobili (compresi materassi)
-  Pneumatici

Ambito di applicazione

-  **Qualsiasi bene fisico** immesso sul mercato dell'Unione Europea, compresi i componenti e i prodotti intermedi. Sono esclusi gli alimenti, i mangimi, medicinali, piante, animali e organismi vivi.

Timeline implementativa



Contesto normativo | Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR)

Il PPWR mira a ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi e dei loro rifiuti, promuovendo riutilizzo e il riciclo

Requisiti

-  **Sostanze pericolose:** limiti massimi di PFAS e metalli pesanti nei materiali di imballaggio
-  **Riciclabilità:** Garantire che **tutti gli imballaggi siano riutilizzabili o riciclabili** entro il 2030, assicurando la qualità delle materie prime seconde ottenute
-  **Etichettatura armonizzata:** Marcatura obbligatoria della composizione materiale per facilitare la raccolta differenziata
-  **Riduzione:** minimizzare peso e volume degli imballaggi senza comprometterne sicurezza o funzionalità

Ambito di applicazione

-  **Tutti gli imballaggi** immessi sul mercato dell'Unione e **tutti i rifiuti di imballaggio**, a prescindere dal tipo di imballaggio, dal materiale di composizione e dall'attività di provenienza

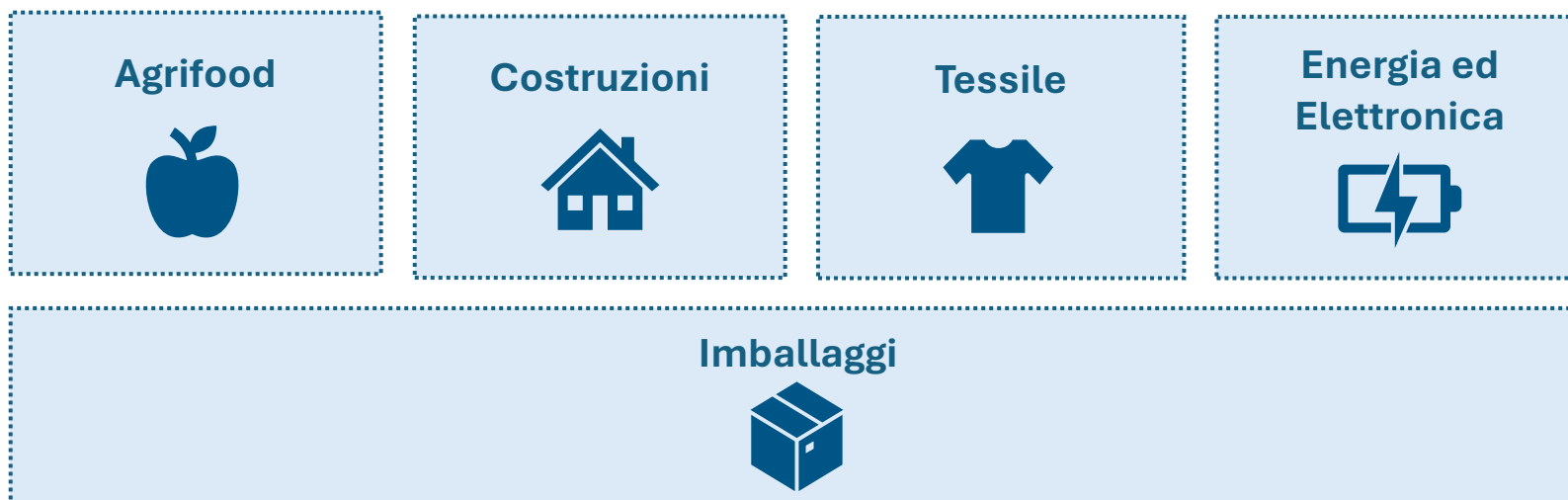
Timeline implementativa



Settori rilevanti per l'Economia Circolare

Settori rilevanti per l'Economia Circolare

Le direttive europee evidenziano la priorità per alcuni settori che presentano maggiori opportunità di benefici derivanti dall'adozione di approcci circolari



Questi settori presentano un elevato potenziale di trasformazione. L'adozione di pratiche circolari in questi ambiti può ridurre in modo significativo il loro impatto sull'ambiente, contribuendo alla transizione verso un modello economico più sostenibile ed efficiente.

Settori rilevanti per l'Economia Circolare | Agrifood

Impatti del settore agrifood



In EU dà lavoro a **16 milioni di persone** e contribuisce con **603 miliardi di euro**¹



Circa il **70% del consumo mondiale** di acqua dolce è legato all'agricoltura²



Gli alimenti sono spesso soggetti a **over packaging**, il 41% del packaging è riciclato nell'UE ma solo il 9% dei rifiuti di plastica è riciclato a livello globale⁴



È responsabile del **26% delle emissioni** globali di gas serra²



Nell'UE, vengono generati annualmente oltre **58 milioni di tonnellate di rifiuti** alimentari³



Lo **spreco alimentare** rappresenta il **16% delle emissioni** totali di gas serra del sistema alimentare UE³

Normative chiave e quadro strategico

- Politica agricola comune (PAC), 2023-27:** Sostiene le strategie Farm to Fork
- Vision for Agriculture and Food dell'UE (2025):** Delinea una roadmap per il sistema agroalimentare europeo fino al 2040
- Direttiva sulla plastica monouso (2019):** Limita i prodotti di plastica monouso
- EU Deforestation-Free Supply Chain Regulation (2023):** Richiede alle aziende di verificare che i prodotti importati nell'UE non siano legati alla deforestazione

Vantaggi dell'applicazione di pratiche di economia circolare

49%

Riduzione delle emissioni adottando economia circolare⁵

\$2,7trl

Benefici entro il 2050⁶

50%

Riduzione della perdita di biodiversità in Europa⁷

Settori rilevanti per l'Economia Circolare | Costruzioni

Impatti del settore delle costruzioni



In EU dà lavoro a **14 milioni di persone**¹



Richiede **enormi quantità di risorse e rappresenta il 50%** di tutto il **materiale estratto**³



L'effetto isola di calore urbana fa sì che le temperature superficiali siano fino a **10-15°C** più elevate⁴



È responsabile di circa il **34% delle emissioni di gas serra** globali²



È responsabile di circa il **35% della generazione di rifiuti in UE**³



La pianificazione dell'adattamento sempre più diffusa, il 51% delle città europee ha piani dedicati⁴

Normative chiave e quadro strategico

- Piano d'azione europeo per l'economia circolare (2020):** obiettivi di recupero dei rifiuti da demolizione e promozione della circolarità e uso sostenibile delle terre da scavo
- Regolamento sui prodotti da costruzione (2024/3110):** stabilisce regole armonizzate per la commercializzazione dei prodotti da costruzione nell'UE. Introduce il Digital Product Passport E dichiarazioni ambientali di prodotto
- Critical Raw Materials Act (Reg. UE 2024/1252):** In vigore da maggio 2024, mira a garantire l'accesso a materiali essenziali come le terre rare, promuovendone l'uso efficiente e il riciclaggio. Queste risorse sono fondamentali per i materiali da costruzione ad alta efficienza energetica.

Vantaggi dell'applicazione di pratiche di economia circolare

80%

In meno di emissioni GHG grazie ad una maggiore efficienza dei materiali⁵

1-3°C

Riduzione nella temperature urbana⁶

€ 363 mld

Che le opportunità di costruzione circolare potrebbero offrire⁷

20%

In meno sui costi di progetto grazie al design efficiente nei materiali⁷

Settori rilevanti per l'Economia Circolare | Tessile

Impatti del settore del tessile



In EU impiega **2,2 milioni di persone**¹



Entro il **2030**, il **consumo globale di indumenti e calzature aumenterà del 63%**³



Tra il **16 e il 35 % delle microplastiche** immesse negli oceani a livello mondiale proviene da prodotti tessili sintetici²



La produzione di **1 ton di prodotti tessili** genera **17 ton di CO₂ equivalente**²



Nell'UE, ogni anno vengono buttati **via 5,8 milioni di tonnellate di prodotti tessili**³



93mld di m³ di acqua sono usati ogni anno per la **produzione di vestiti e 20mld per il lavaggio**²

Normative chiave e quadro strategico

- Decreto legislativo 116/2020:** rafforzamento del sistema di responsabilità estesa del produttore (EPR) e obbligatorietà di raccolta differenziata della frazione tessile dei rifiuti urbani
- Regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili, ESPR (2024):** introduce requisiti di ecodesign su durabilità, riparabilità e riciclabilità e il Digital Product Passport

Vantaggi dell'applicazione di pratiche di economia circolare

\$700bn

Valore stimato del mercato di modelli business circolari nel settore tessile al 2030 (23 % del mercato fashion globale)⁴

16%

Riduzione delle emissioni GHG del settore tessile in caso del raggiungimento del precedente dato⁴

46%

Riduzione delle emissioni per la coltivazione di cotone con pratiche sostenibili rispetto alle tradizionali⁵

Settori rilevanti per l'Economia Circolare | Elettronica



Il **mercato EU** dell'elettronica raggiungerà circa **403 miliardi di euro** entro il **2028**, in aumento rispetto ai 373 miliardi del 2023¹



La durata media effettiva dei prodotti elettronici è **inferiore di almeno 2,3 anni** rispetto alla durata prevista o auspicata.



Impatti del settore dell'elettronica
Oltre **20 kg/persona** di prodotti elettronici sono immessi nel mercato ogni anno in UE⁶



Nel 2023, **11,6 kg di rifiuti elettrici ed elettronici** sono stati raccolti per abitante nell'UE³



I **RAEE** riciclati e preparati per il riutilizzo sono cresciuti da **2,4 a 4,3 milioni di tonnellate** (+77%) **dal 2012 al 2023**³



Le apparecchiature elettroniche contengono molti materiali la cui estrazione e smaltimento a fine vita può causare problemi ambientali⁴

Normative chiave e quadro strategico

1. **Direttiva RAEE(2012/2019):** Stabilisce obiettivi di raccolta, trattamento e riciclo dei rifiuti elettrici ed elettronici
2. **Regolamento Batterie (2023):** Introduce requisiti obbligatori per tutte le batterie immesse sul mercato UE
3. **Regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili, ESPR (2024):** introduce requisiti di ecodesign su durabilità, riparabilità e riciclabilità e il Digital Product Passport

Vantaggi dell'applicazione di pratiche di economia circolare

€ 20 mld

Risparmi per i consumatori al 2030 grazie all'uso prolungato dei prodotti e alla riduzione dei costi di sostituzione⁵

2.5 mld

tCO₂e potenzialmente risparmiate fra il 2021 e il 2030 derivante dall'estensione della vita utile dei prodotti elettronivi²

Settori rilevanti per l'Economia Circolare | Energia

Impatti del settore dell'energia



Nel **2024** il costo delle importazioni per l'UE è stato superiore a **375 miliardi** di euro¹



Efficienza energetica **dell'1 %** porta a riduzione del **2,6 %** delle **importazioni di gas**¹



Progresso verso gli obiettivi dell'UE per il **2030** di raggiungere almeno il **42,5% di energie rinnovabili** nel **mix energetico** dell'UE¹



Tra **2021 e 2023** i consumatori UE hanno risparmiato **100 miliardi** di euro grazie alle nuove capacità solari fotovoltaiche ed eoliche¹



I prezzi elevati dell'energia riducono la competitività industriale europea¹



Nel 2025, il **47,3 %** dell'elettricità prodotta all'interno dell'UE è stata generata da fonti rinnovabili²

Normative chiave e quadro strategico

1. **Direttiva sulle energie rinnovabili (2023):** La direttiva stabilisce obiettivi diversi per i vari settori
2. **Direttiva sull'efficienza energetica (2023):** Fissa gli obiettivi di efficienza energetica per il 2030 dell'Unione
3. **EU ETS – Emission Trading System (2005):** Primo sistema internazionale di scambio delle emissioni al mondo

Vantaggi dell'applicazione di pratiche di economia circolare

4,7%

Potenziata riduzione della domanda di energia da fonti fossili nelle industrie ad alta intensità energetica, rispetto ai consumi 2023³

€ 35 mld

Per il miglioramento della bilancia commerciale UE grazie alla riduzione di importazioni di metalli e combustibili fossili nelle industrie energivore (acciaio, alluminio, cemento, plastica)³

Settori rilevanti per l'Economia Circolare | Imballaggi

Impatti del settore degli imballaggi



In EU il segmento «**consumer packaging**» nel **2025 valeva circa 152 miliardi di euro**¹



Il packaging è cresciuto **più rapidamente dell'economia e della popolazione dell'UE**²



Le emissioni di CO₂ generate dagli imballaggi sono **equivalenti a quelle di un paese medio-piccolo** dell'UE



Nel 2023, nell'UE sono state generate **79,7 milioni di tonnellate di rifiuti di imballaggio**³



Quasi il **20% di tutti i rifiuti da imballaggio europei** è di plastica⁴



Circa la **metà dei rifiuti marini** è composta da **imballaggi**³

Normative chiave e quadro strategico

- 1. Packaging and Packaging Waste Regulation (2025):** Stabilisce requisiti di sostenibilità, riciclabilità ed etichettatura per l'intero ciclo di vita degli imballaggi
- 2. Direttiva sulla plastica monouso (2019):** Limita i prodotti di plastica monouso
- 3. Regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili (2024):** Introduce requisiti vincolanti di ecodesign

Vantaggi dell'applicazione di pratiche di economia circolare

442.000

tCO₂e evitate grazie al riciclo di imballaggi⁵

95%

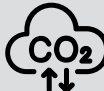
Energia risparmiata per la produzione di alluminio riciclato vs primario⁵

35 - 70%

Potenziale di riduzione di emissioni GHG e consumo idrico per uso di imballaggi in plastica riutilizzabili al posto degli imballaggi monouso⁶

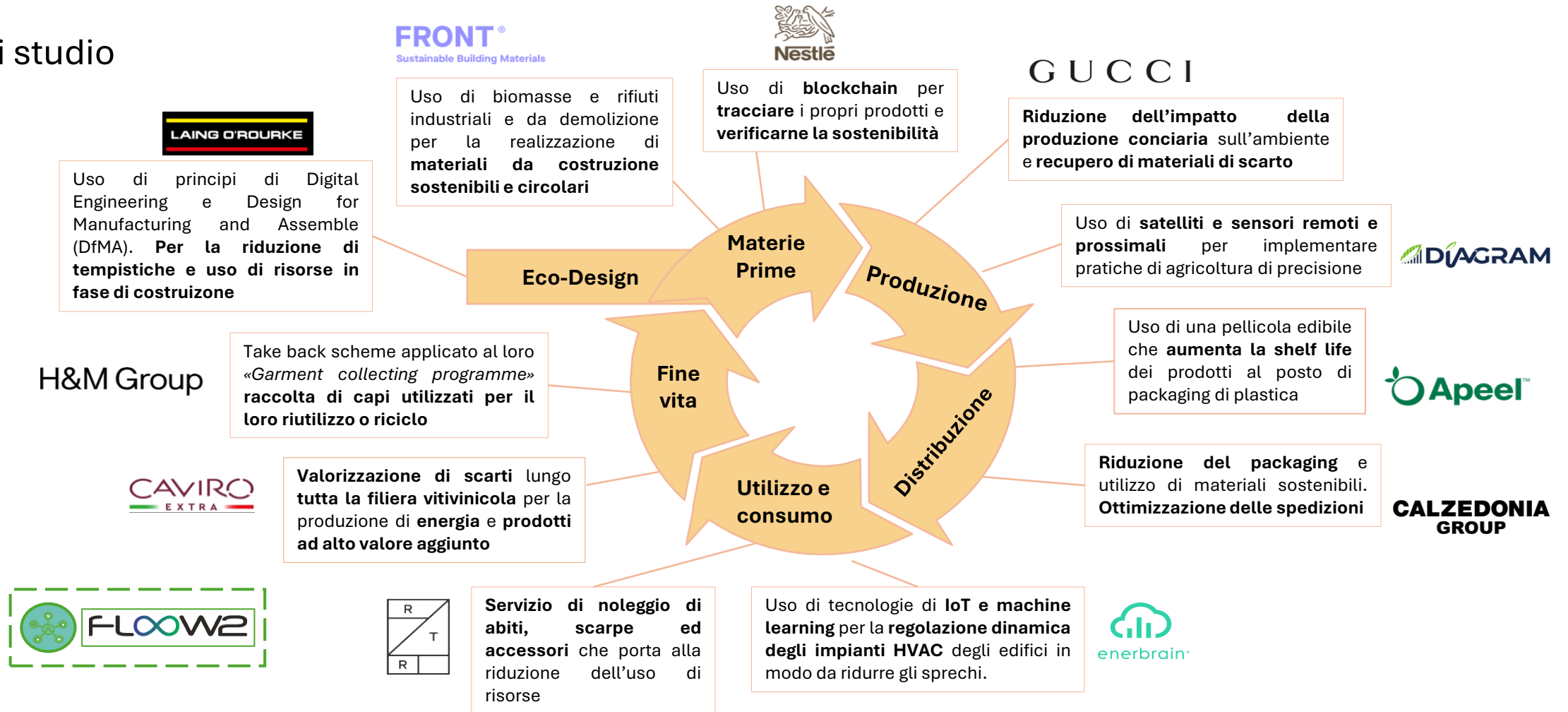
Settori rilevanti per l'economia circolare| Sfide e opportunità per le aziende

Integrare i principi dell'Economia Circolare significa trasformare le sfide in opportunità, migliorando la resilienza dell'organizzazione e favorendo una crescita sostenibile e profittevole.

Economia lineare			Economia circolare		
Dipendenza da materie prime 	Scarsità di risorse		Vantaggi economici • Riduzione degli sprechi • Maggiore efficienza nei processi produttivi e nell'utilizzo delle risorse • Riduzione della dipendenza dalle materie prime • Protezione dalle fluttuazioni del mercato • Accesso a nuovi mercati, attraverso modelli di business innovativi	Regolamenti e finanziamenti • Conformità a direttive e regolamenti che richiedono la riduzione dell'impatto ambientale • Accesso a sovvenzioni e finanziamenti a basso interesse legati a criteri ESG • Riduzione del rischio attraverso la protezione dalle sanzioni normative e la preparazione a futuri standard di sostenibilità più severi.	Reputazione e immagine • L'adozione di pratiche di economia circolare dimostra la responsabilità ambientale, aumentando la fiducia del pubblico e l'immagine del marchio. • Acquisizione e fidelizzazione di clienti che danno priorità ai temi della sostenibilità.
	Instabilità della catena di approvvigionamento				
	Rischi economici				
Inquinamento 	Emissioni				
	Contaminazione ambientale				
	Generazione di rifiuti				
Spreco di risorse 	Elevati tassi di smaltimento				
	Uso inefficiente delle risorse				
	Opportunità economiche perse				

Casi studio e best practices

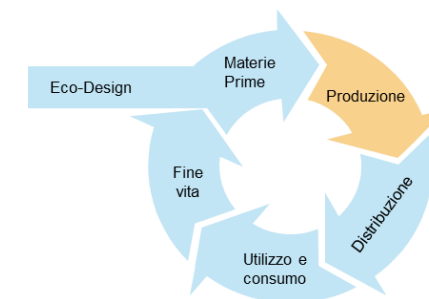
Casi studio





GRUPPO CREMONINI

Multinazionale italiana che opera nel settore alimentare. Il gruppo opera nella produzione e trasformazione di carni bovine attraverso società come Inalca, nella distribuzione alimentare per il settore della ristorazione con MARR e nella ristorazione commerciale e “travel” tramite marchi come Chef Express e Roadhouse.



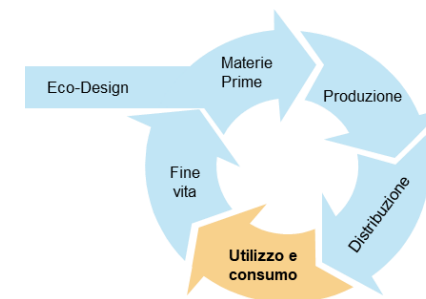
- **Gruppo Cremonini e Hera** hanno siglato una **partnership** per la **trasformazione in biocarburante degli oli vegetali esausti provenienti** da oltre 200 ristoranti e bar Chef Express, Roadhouse, Calavera e Wagamama del Gruppo Cremonini
- Nel 2024 sono state raccolte oltre **133 tonnellate di oli vegetali esausti e trasformati in biocarburanti da Hera**, con un incremento del 4% rispetto all’anno precedente.
- L’utilizzo dei biocarburanti così prodotti ha consentito il **risparmio di 378 tonnellate di CO₂ equivalenti**
- La collaborazione riguarda punti ristoro distribuiti su tutto il territorio nazionale, con una più forte concentrazione in Lombardia, Lazio, Piemonte, Emilia-Romagna e Veneto.





ENERBRAIN

Azienda che utilizza **tecnologie innovative** basate su IoT per fare **retrofit energetico** su edifici esistenti.



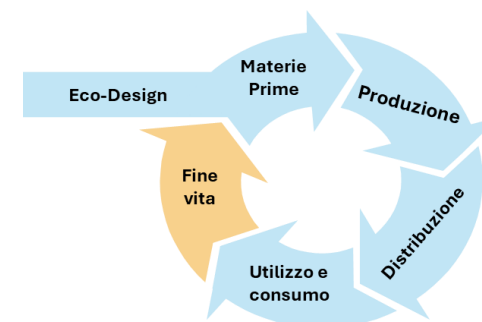
- Enerbrain ha sviluppato un metodo innovativo per la **regolazione dinamica di riscaldamento, raffreddamento e ventilazione** con l'obiettivo di migliorare il comfort degli ambienti chiusi e ridurre i consumi. Questa tecnologia si basa sull'**IoT** e un sistema di **machine learning** permette il perfezionamento della programmazione in modo da ridurre al massimo gli sprechi
- Per ora la tecnologia si occupa di edifici non residenziali ma un prossimo obiettivo è quello di **estendere i servizi anche alle realtà residenziali**.
- Ad oggi Enerbrain ha permesso di **ottimizzare 350 edifici portando ad una riduzione del 30% dei consumi energetici**. Questo sistema è stato adottato da realtà come:
 - **Carrefour**: Applicazione di Enerbrain nell'ipermercato presso la galleria LeGru. Riduzione del 29% di energia usata del sistema HVAC
 - **Michelin**: Applicazione di Enerbrain sullo stabilimento produttivo di Alessandria. Riduzione del 40% di energia usata dal sistema HVAC
 - **Aeroporto di Torino**: Riduzione del 30% di energia usata del sistema HVAC





ELLEN MACARTHUR FOUNDATION

È la principale organizzazione no-profit per la promozione dell'economia circolare. Opera a livello globale con imprese, istituzioni accademiche e policy maker per accelerare la transizione da modelli lineari a sistemi rigenerativi.



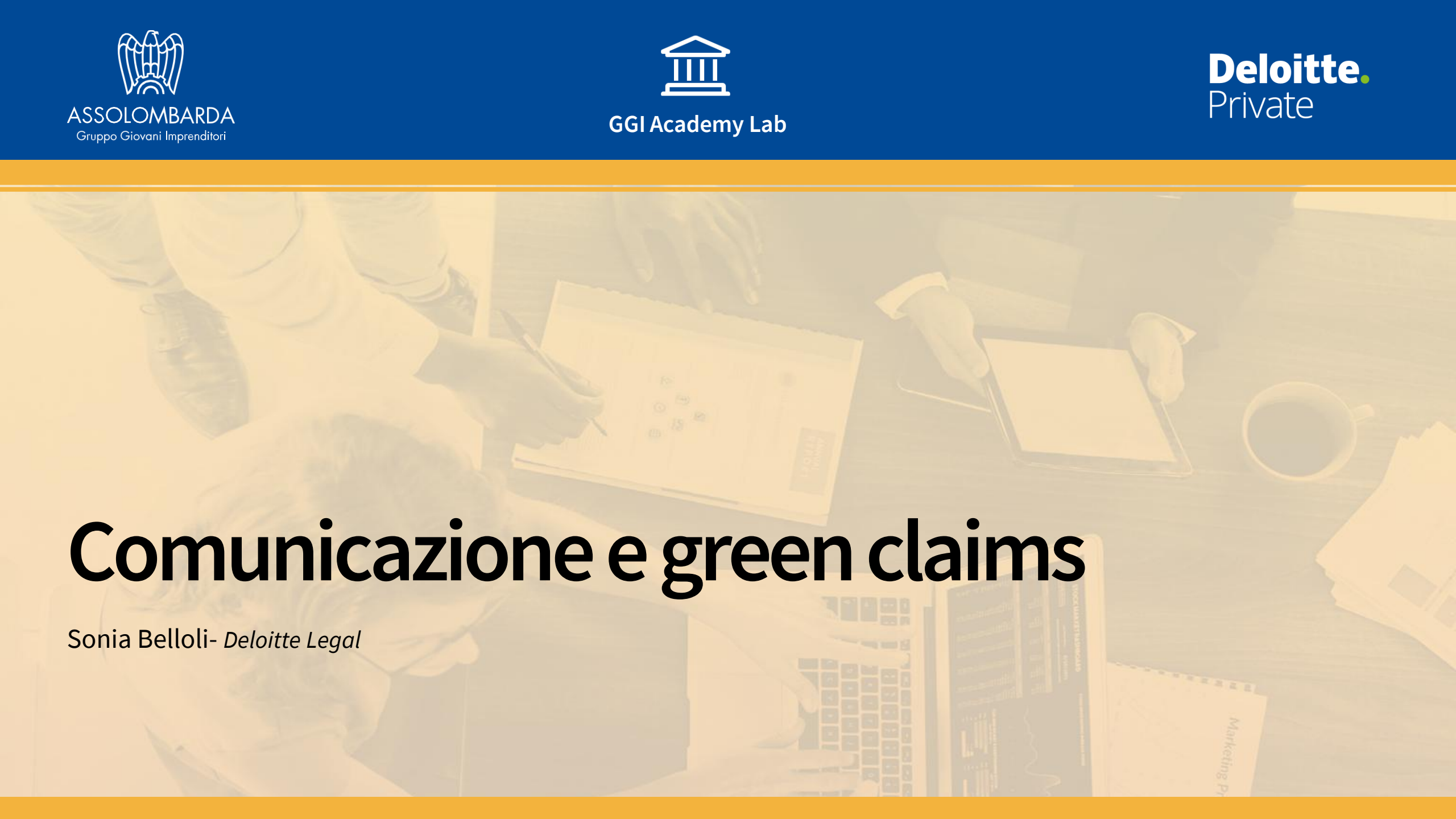
THE FASHION REMODEL

- È il primo progetto in cui **aziende del settore fashion** si uniscono con l'**obiettivo condiviso** di scalare modelli di **business circolari come resale, rental, repair e remaking**
- Sviluppato **in consultazione con oltre 150 organizzazioni** dell'intero settore, tra cui marchi, rivenditori, ONG, accademici e innovatori. **EMF è orchestratore e knowledge partner**: definisce la metodologia, raccoglie e analizza i dati di progresso dei partecipanti, pubblica insight aggregati e costruisce le policy per i governi.
- Oltre 13 partecipanti attivi, che spaziano **da fast fashion** (Primark) a **outdoor premium** (Arc'teryx) a **marketplace digitali** (eBay, Vinted).
- Per aderire, i marchi e i rivenditori partecipanti stabiliscono un obiettivo riservato volto ad **aumentare, nell'arco di tre anni, la percentuale dei propri ricavi derivante da modelli di business circolari**. I progressi compiuti vengono poi comunicati in via confidenziale alla Ellen MacArthur Foundation con cadenza annuale.
- Esempi:
 - ✓ **H&M Group** ha inserito i modelli di rivendita nella propria strategia aziendale.
 - ✓ **Decathlon** nel 2024 ha riparato 3 milioni di prodotti sportivi attraverso 1.730 workshop di riparazione interni.





Grazie per l'attenzione!



Comunicazione e green claims

Sonia Belloli- *Deloitte Legal*

Agenda

1. Inquadramento normativo: Direttiva Empowering e Recepimento in Italia
2. Greenwashing e sanzioni applicabili
3. Implicazioni per le imprese: Green e social washing nei rapporti B2B
4. Casi pratici
5. Dos&Don'ts
6. Working hypothesis per la gestione dei Green & Social Claims
7. Impatto lungo la supply chain e enforcement
8. Q&A



Inquadramento normativo

Premessa



GREEN CLAIMS

Con il termine «**green claims**» o «**dichiarazione ambientale**» si intendono tutte quelle dichiarazioni o loghi di carattere non obbligatorio attraverso le quali le imprese promuovono:

- qualsiasi aspetto positivo per l'ambiente di un prodotto, processo o dell'azienda stessa
- prestazioni ambientali future

Per claim si intende qualsiasi forma di comunicazione commerciale o iniziativa promozionale posta in essere dall'azienda, diffusa attraverso qualunque canale idonea a **influenzare le scelte dei consumatori**



GREENWASHING

I green claim costituiscono **greenwashing** quando si dichiarano:

- benefici di carattere ambientale o ecologico che non si basano su dati veritieri, pertinenti e scientificamente verificabili
- prestazioni ambientali future non supportate da obiettivi pubblici verificabili e da un preciso piano di attuazione
- marchi, loghi o etichette di sostenibilità non trasparenti, non affidabili e fuorvianti

Anche marchi, loghi e etichette che richiamano la sostenibilità costituiscono green claim

Inquadramento normativo

Normativa europea

Direttiva (UE) 2024/825

Direttiva (UE) 2024/825 per la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione (cd. «**Direttiva Empowering**»). La Direttiva Empowering, entrata in vigore nel marzo 2024, ha imposto agli Stati **Membri come termine ultimo per il recepimento il 27 marzo 2026** con applicazione delle disposizioni a decorrere dal **27 settembre 2026**

Proposta di direttiva sui Green Claims

Proposta di direttiva sull'attestazione e sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite (c.d. «**Green Claim Directive**»). Il 20 giugno 2025, la Commissione europea ha annunciato la possibilità di ritirare la direttiva, qualora le microimprese restino incluse nell'ambito di applicazione. Sul punto si attendono sviluppi, fermo restando che il Parlamento europeo si è dichiarato favorevole all'approvazione della direttiva



La **Direttiva Empowering**, che modifica la Direttiva 2005/29/CE, introduce norme mirate a contrastare, oltre al fenomeno del greenwashing, anche il **social washing, ossia le pratiche con cui le imprese veicolano informazioni ingannevoli o non trasparenti in materia di sostenibilità sociale**. Rientrano in tale ambito, in particolare, **le dichiarazioni false o fuorvianti relative a condizioni di lavoro eque, salari, sicurezza, protezione sociale e rispetto dei diritti umani**

ESEMPI DI GREEN CLAIMS

ASSERTIONE AMBIENTALE GENERICA

- «sostenibile»
- «ecologico»
- «ecocompatibile»
- «responsabile»
- «green»
- «rispettoso dell'ambiente»



AMPLIFICAZIONE DEI CLAIM

- «100% riciclabile» riferito all'intera gamma di prodotto
- «azienda sostenibile»



ETICHETTE DI SOSTENIBILITÀ

- Apposizione di etichette di sostenibilità di creazione dell'azienda



COSA EVITARE

Affermazioni ambientali generiche, poco chiare e non trasparenti relative alla Società o alle sue operazioni, qualora non venga dimostrata l'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali.

Formulare asserzioni ambientali concernenti il prodotto nel suo complesso o l'attività della società nel suo complesso quando riguarda soltanto un determinato aspetto del prodotto o uno specifico elemento dell'attività della società.

Esibire etichette di sostenibilità non basate su un sistema di certificazione o non stabilite da autorità pubbliche (rientrano in quest'ultima categoria «EcoLabel», «FSC», «PEFC», «GRS»).

ESEMPI DI GREEN CLAIMS

COMPENSAZIONE DELLE EMISSIONI (c.d. CARBON CLAIM)

- carbon neutral»
- «zero emissioni»
- «carbon positive»
- «climate neutral»
- «net zero»
- «a impatto zero»



COSA EVITARE

Asserire, esclusivamente sulla base della compensazione delle emissioni di gas a effetto serra, che un prodotto ha un impatto neutro, ridotto o positivo sull'ambiente in termini di emissioni di gas a effetto serra.

REQUISITI IMPOSTI PER LEGGE

- «privo CFC» (i.e. sostanza nociva vietata dalla legge)



Presentare dei requisiti imposti per legge dall'UE per tutti i prodotti appartenenti a una data categoria come se fossero un tratto distintivo dell'offerta dell'operatore economico.

DICHIARAZIONI AMBIENTALI SPECIFICHE

- «realizzato con plastica riciclata al 60%»



Utilizzare dichiarazioni non basate su dati scientifici verificabili, aggiornati e precisi.

ESEMPI DI GREEN CLAIMS

CLAIM SOCIALI

- «Un'azienda che rispetta le persone»
- «Prodotto realizzato nel rispetto dei lavoratori»



DICHIARAZIONE DI PRESTAZIONI AMBIENTALI FUTURE

- ««Impegno zero emissioni nette entro il 2050»



COMUNICAZIONE COMPARATIVA

- «Packaging 30% più sostenibile» senza specificare rispetto a quale prodotto e il metodo di raffronto adottato



COSA EVITARE

Formulare asserzioni sociali generiche riferite all'azienda su condizioni di lavoro, inclusione, etica di filiera senza dati verificabili e documentati a supporto che riflettano una realtà documentabile, anche lungo la supply chain.

Formulare asserzioni ambientali relative a prestazioni ambientali future senza supportarle con un piano di attuazione dettagliato che includa obiettivi misurabili, scadenza, assegnazione di risorse, verifica di terza parte.

Omettere informazioni su caratteristiche ambientali o sociali o sugli aspetti relativi alla circolarità, quali durabilità, riparabilità, riciclabilità, dei prodotti o dei fornitori di tali prodotti.

Inquadramento normativo

Greenwashing e sanzioni applicabili

La Direttiva Empowering non introduce un sistema sanzionatorio né individua autorità dedicate. In Italia, il suo recepimento è avvenuto senza modificare il quadro sanzionatorio vigente. In tale contesto, **a fronte di una condotta di greenwashing, è possibile incorrere in sanzioni:**

- **Amministrative**, applicate dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), che possono arrivare **fino a 10 milioni di euro** e sono previste per pratiche commerciali scorrette e pubblicità ingannevole, come disciplinato dal Codice del Consumo (D.lgs. 206/2005). L'AGCM può inoltre **vietare la vendita di prodotti e/o la diffusione dei materiali promozionali**.
- **Civili**, qualora il greenwashing integri anche **concorrenza sleale** ai sensi dell'art. 2598 c.c.
- **Penali**, che scattano quando il greenwashing integra reati **quali frode in commercio, indebita percezione o truffa aggravata in relazione a fondi pubblici, o false comunicazioni sociali** che alterano la percezione economico-finanziaria dell'impresa.



Implicazioni per le imprese

Green e social washing nei rapporti B2B

- **Intervento dell'AGCM:** L'AGCM può intervenire per inibire una pratica di greenwashing se considerata pubblicità ingannevole ai sensi del Decreto Legislativo n.145/2007
- **Intervento del Giurì IAP (istituto di autodisciplina pubblicitaria):** Lo IAP è un organismo privato di autoregolamentazione del settore pubblicitario; se l'impresa ha aderito allo IAP, il Giurì può emettere provvedimenti direttamente vincolanti nei suoi confronti, ordinando la cessazione immediata della comunicazione commerciale ritenuta in violazione del Codice di autodisciplina pubblicitaria (Codice IAP)
- **Codice Civile e Concorrenza Sleale:** L'Articolo 2598 C.C. prevede che diffondere notizie false sui prodotti di un concorrente o usare mezzi non corretti per danneggiare un'altra azienda costituisca concorrenza sleale.
- **Intervento del Giudice civile:** Il primo caso di intervento giudiziario in Italia in tema di greenwashing si è instaurato proprio in un rapporto B2B. In particolare, come si vedrà in seguito, nel 2021, un giudice civile, su istanza di un concorrente, aveva inibito il comportamento di un'impresa che utilizzava messaggi pubblicitari ingannevoli riguardanti vantaggi ambientali non verificabili.
- **I rischi nella Supply Chain:** Pubblicizzare la sostenibilità di un prodotto senza considerare le performance dei partner può costituire greenwashing.
- **Il B washing:** Le società benefit sono soggette a sanzioni per pubblicità ingannevole e alle disposizioni del Codice del consumo.

Art. 12 Codice IAP «La comunicazione commerciale che dichiari o evochi 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.»

Casi pratici di dichiarazioni ambientali e sociali

Prima ordinanza cautelare italiana contro il greenwashing



Fattispecie

A seguito di ricorso presentato da una società del tessile, il Tribunale di Gorizia ha emesso la prima ordinanza cautelare in Italia contro il greenwashing, riconoscendo come ingannevoli e illeciti i claim ambientali utilizzati per promuovere la microfibra “Dinamica”, destinata ai settori automotive, moda e arredo. Fra i claim attenzionati risultavano:

- “la prima microfibra sostenibile e riciclabile”
- “100% riciclabile”
- “riduzione del consumo di energia e delle emissioni di CO2 dell’80%”
- “amica dell’ambiente”
- “scelta naturale”
- “ecologica”

Casi pratici di dichiarazioni ambientali e sociali

Prima ordinanza cautelare italiana contro il greenwashing



Tribunale di Gorizia

Il Tribunale ha ritenuto tali affermazioni generiche, non supportate da dati scientifici e idonee a creare un'immagine green dell'azienda senza fornire informazioni concrete sulle effettive politiche ambientali adottate. Il Tribunale ha sancito che:

- La comunicazione commerciale deve chiarire a quale aspetto del prodotto o dell'attività si riferiscono i benefici ambientali vantati
- Non è conforme alla tutela dell'ambiente che i vantì ambientali diventino frasi di uso comune, prive di concreto significato
- La sensibilità ambientale dei consumatori impone massima trasparenza e correttezza nelle comunicazioni green

Casi pratici di dichiarazioni ambientali e sociali Greenwashing e certificazioni B Corp



Fattispecie

A seguito di un ricorso presentato **dall'Associazione di Consumatori**, il Tribunale di Milano ha riconosciuto come ingannevoli e illeciti alcuni claim ambientali utilizzati da una **società operante nel settore della maglieria e certificata B Corp**, per promuovere i propri prodotti e la propria attività sul sito internet e sui canali social. Fra i claim attenzionati risultavano:

"Questa impresa rispetta alti standard di impatto ambientale e sociale positivo"

"Ci impegniamo a seguire i più alti standard di sostenibilità, trasparenza e equità. Siamo qui per fare la nostra parte e costruire un futuro migliore per tutti"

"La nostra filosofia si estende all'intera filiera, attraverso la scelta di fornitori locali dagli standard produttivi a impatto zero, con l'obiettivo comune di ridurre i consumi superflui, oltre a valorizzare il territorio«

"M. è una società certificata B Corp" e "Questa impresa rispetta alti standard di impatto ambientale e sociale positivo" affiancata al marchio C.B.C.™"

Casi pratici di dichiarazioni ambientali e sociali Greenwashing e certificazioni B Corp



Tribunale di Milano, luglio 2025

Il Tribunale di Milano ha ritenuto:

(1) i claims attenzionati **ingannevoli** in quanto contengono proposizioni indimostrate e non verificabili e **suggeriscono che l'attività dell'impresa sia in ogni suo aspetto** improntata a canoni particolarmente elevati di sostenibilità. La resistente non ha fornito alcuna prova idonea a dimostrare il rispetto di tali standard.

(2) la sola **certificazione e l'utilizzo del relativo marchio B Corp e C.B.C. non ingannevole** in quanto adeguatamente contestualizzata e accompagnata da apposita nota informativa ma precisando che il divieto introdotto dalla direttiva Direttiva Empowering di non utilizzare "marchi di sostenibilità" "che non sono basati su un sistema di certificazione o che non sono stati stabiliti da autorità pubbliche", troverà applicazione a decorrere dal 27 settembre 2026 e non può venire in rilievo nel caso in esame

Casi pratici di dichiarazioni ambientali e sociali Greenwashing: l'intervento della JDP in Francia



Fattispecie

A seguito di una segnalazione di un consumatore (privato cittadino) nel novembre 2024, la Jury d'Éthique Publicitaire (JDP) - analogo al Giurì dello IAP in Italia - ha esaminato una pubblicità diffusa da **un'azienda giapponese produttrice di lenti a contatto** per promuovere la propria linea di lenti e soluzioni di manutenzione. La pubblicità, esposta sotto forma di pannello verticale in alcuni punti vendita, raffigurava degli astucci di lenti attorno al globo terrestre, su uno sfondo di vegetazione verde. Fra i claim attenzionati risultavano:

In evidenza, a caratteri grandi: "Chaque jour, faites un geste pour la planète" ("Ogni giorno, fate un gesto per il pianeta") e in basso: "Lentilles jetables journalières" ("Lenti monouso giornaliere") insieme a "Faciles à vivre et éco-responsables" ("Facili da usare ed eco-responsabili")

Casi pratici di dichiarazioni ambientali e sociali Greenwashing: l'intervento della JDP in Francia



Jury d'Éthique Publicitaire (JDP), gennaio 2025

La JDP ha ritenuto la **pubblicità ingannevole**. In particolare:

- Il claim "Ogni giorno, fate un gesto per il pianeta", abbinato a immagini del globo terrestre e alla menzione "eco-responsabili", trasmetteva in modo generalizzante e privo di sfumature un messaggio di compatibilità ecologica del prodotto
- I dati quantitativi sull'imballaggio presenti sul pannello non sufficienti a correggere l'impressione fuorviante creata dal messaggio principale
- La pubblicità non considerava che le lenti, in quanto monouso giornaliere, comportano per loro natura un impatto ambientale negativo
- Il rinvio al rapporto annuale — non richiamato nella pubblicità e accessibile solo su iniziativa del consumatore — è stato ritenuto inidoneo a compensare l'effetto ingannevole della campagna

Dos and Don'ts Recap

DOS



- informazioni **chiare e comprensibili**
- **prove** a sostegno di quanto affermato
- indicare l'ambito e l'aspetto del prodotto a cui si riferiscono le dichiarazioni ambientali
- adottare una **procedura / linee guida** sui claims
- usare marchi, loghi o etichette di sostenibilità solo se basate su un sistema di certificazione terzo e indipendente o solo se stabiliti da autorità pubbliche
- **prestazioni ambientali future** supportate da **obiettivi pubblici verificabili, un piano di attuazione con risorse dedicate, controlli periodici di esperti terzi e indipendenti e comunicazione dei risultati ai consumatori**
- Introdurre **vincoli contrattuali nella supply chain, standard di sostenibilità e clausole di compliance**

DON'TS



- no **claim perentori** (e.g., 100% sostenibile, 100% green, zero emissioni, impatto nullo) **se non supportati da prove**
- no **affermazioni vaghe e generiche** (e.g. sostenibile)
- no espressioni come «rispettoso dell'ambiente», «ecocompatibile», «verde», «naturale», «che salvaguarda l'ambiente» **se non supportate da prove**
- no usare **marchi, loghi o etichette di sostenibilità non verificabili o credibili** (i.e., non basati su un sistema di certificazione o non stabiliti da autorità pubbliche)
- no dichiarare **prestazioni ambientali future** se non supportate da un **preciso piano di attuazione pubblicamente disponibile e da un sistema di monitoraggio terzo e indipendente**

WORKING HYPOTHESIS per la gestione dei Green & Social Claims



**MAPPATURA &
ANALISI**



**DEFINIZIONE
DELLA
GOVERNANCE**



**PROCEDURA
GREEN
CLAIMS**



TRAINING



Grazie per l'attenzione!



Esercizio di gruppo

FilòCircolare

Background

FilòCircolare è un'azienda tessile italiana specializzata nella produzione di abbigliamento casual. Negli ultimi anni l'azienda ha registrato una crescente pressione da parte dei clienti per migliorare la sostenibilità dei propri prodotti. Per questo decide di avviare un progetto di ecodesign su uno dei suoi bestseller: i pantaloni "UrbanLoop", venduti in oltre 120.000 unità l'anno.

L'obiettivo aziendale dichiarato è: "Ridurre gli impatti ambientali del prodotto senza compromettere qualità, comfort e competitività economica."

I pantaloni UrbanLoop presentano le seguenti caratteristiche:

Materiali

- Tessuto composto da 65% cotone vergine e 35% poliestere vergine;
- Il cotone proviene da fornitori internazionali senza certificazioni ambientali specifiche;
- Il poliestere garantisce elasticità e resistenza al lavaggio, ma rende difficile il riciclo del capo a fine vita a causa della fibra mista.

Produzione

- Tintura realizzata con processi tradizionali ad alto consumo idrico;
- Produzione distribuita tra Italia, Turchia e Bangladesh, con numerosi trasporti intermedi;
- Gli scarti di taglio tessile vengono in gran parte smaltiti e non recuperati.

Packaging

- Ogni capo è confezionato in busta di plastica singola e spedito in scatole di cartone da 5 unità l'una;
- Packaging non progettato per riuso o riduzione volumetrica.

Uso e fine vita

- Il capo richiede lavaggi frequenti a 60° per mantenere la forma;
- L'azienda non offre servizi di riparazione, raccolta o ritiro del prodotto usato;
- Secondo un'analisi interna preliminare, molti capi vengono smaltiti entro 3-4 anni.

1. Quali sono i principali hotspot ambientali dei pantaloni UrbanLoop lungo il ciclo di vita?
2. Quali elementi dell'attuale design ostacolano riparazione, riuso o riciclo?
3. Quali trade-off potrebbero emergere (es. costo, performance, comfort, durata)?

Proposta di ecodesign

Selezionate uno o più interventi prioritari (max 3) su cui agire.

Potete intervenire su: materiali, processi produttivi, modularità e design per smontaggio, packaging, logistica, durata del prodotto, riparabilità, servizi circolari, fine vita e recupero, ecc.

Sviluppate una soluzione circolare basata sugli interventi selezionati, indicando:

- come funzionerebbe;
- quali stakeholder coinvolge;
- quali benefici ambientali ed economici può generare.

Proposta di green claim

Sviluppate un claim per promuovere le nuove caratteristiche del prodotto/soluzioni adottate, di non più di 10 parole, accompagnato da una breve spiegazione che giustifichi le scelte lessicali adottate per evitare il greenwashing.



ASSOLOMBARDA
Gruppo Giovani Imprenditori

Grazie per l'attenzione

Deloitte.
Private



GGI Academy Lab