

## Soft Skills

---

### ***Le tante sfumature del washing***

di **Giulia Maria Picchi - Senior partner Marketude**

Master di specializzazione

## **Diritto e contenzioso ambientale**

Scopri di più

Negli articoli precedenti, ho cominciato a introdurre il tema del greenwashing spiegando da dove nasce questo termine, che cosa significa oggi e soprattutto che -gravi- implicazioni comporta una comunicazione di questo tipo.

Implicazioni in grado di alterare le decisioni dei consumatori di fatto orientandoli verso scelte che non corrispondono ai loro desiderata e, in ultima analisi, sabotando quel processo di revisione dei comportamenti di consumo che viene ritenuto necessario per rallentare fino ad arrestare le conseguenze del cambiamento climatico.

In questo contesto era impensabile che non intervenisse il legislatore e, infatti, non è mancata la voce dell'Unione Europea: lo scorso 17 gennaio 2024, il Parlamento Europeo ha adottato la Direttiva contro il Greenwashing e le informazioni fuorvianti con l'obiettivo dichiarato di cambiare radicalmente le abitudini di tutti gli europei allontanandoli dalla cultura usa e getta, rendendo le iniziative di marketing più trasparenti e combattendo l'obsolescenza prematura dei prodotti.

A tal fine la Direttiva si è concentrata in primis sull'etichettatura dei prodotti migliorandola e vietando l'uso di indicazioni fuorvianti - niente più affermazioni come "rispettoso dell'ambiente", "rispettoso degli animali", "verde", "naturale", "biodegradabile", "a impatto climatico zero" o "eco" se non supportate da prove.

In seconda battuta, ha anche voluto indirizzare produttori e consumatori a prestare maggiore attenzione alla durata dei beni. In futuro, le informazioni sulla garanzia dovranno essere più visibili e verrà creata una nuova etichetta armonizzata per dare maggiore risalto ai prodotti con un periodo di garanzia esteso.

[CONTINUA A LEGGERE](#)



Master di specializzazione

## Diritto e contenzioso ambientale

Scopri di più