

AMBIENTE. BASTA 'BUGIE VERDI', A CIRCONOMIA IL REPORT GREENWASHING 2023 -2-

DIR2721 3 AMB 0 RR1 N/POL / DIR /TXT AMBIENTE. BASTA 'BUGIE VERDI', A CIRCONOMIA IL REPORT GREENWASHING 2023 -2- (DIRE) Roma, 26 mag. - Il termine greenwashing - si legge nel rapporto presentato a Circonomia - nasce negli anni Ottanta, riferito inizialmente alle catene alberghiere che invitano gli ospiti a riutilizzare più volte gli asciugamani invece di farli lavare ogni giorno; una richiesta che veniva spacciata per ambientalista ma derivante, in realtà, solo dalla volontà di contenere le spese. In Italia, rileva il Rapporto Greenwashing 2023, la direttiva europea andrebbe a colmare un vuoto, perché non c'è una vera e propria norma che regoli e persegua le pratiche scorrette, sebbene l'Autorità garante del mercato e della concorrenza abbia comminato multe anche ad aziende molto note. Più avanti del nostro Paese è la Francia, dove è stata vietata la pubblicità relativa alla commercializzazione o promozione dei combustibili fossili e dove sempre in base alla stessa legge 'Climate & Resilience' c'è l'obbligo di indicare, all'interno degli annunci pubblicitari, l'impatto climatico dei prodotti. Principio di trasparenza che regola il 'Green Claims Code' in Gran Bretagna, introdotto affinché le aziende possano comunicare correttamente le proprie credenziali ecologiche, riducendo al contempo il rischio di indurre gli acquirenti in errore. (Com/Ran/Dire) 17:28 26-05-23 NNNN

AMBIENTE. BASTA 'BUGIE VERDI', A CIRCONOMIA IL REPORT GREENWASHING 2023

DIR2720 3 AMB 0 RR1 N/POL / DIR /TXT AMBIENTE. BASTA 'BUGIE VERDI', A CIRCONOMIA IL REPORT GREENWASHING 2023 IN ARRIVO STRETTA UE SUL FAR WEST DEL MARKETING SOSTENIBILITA' (DIRE) Roma, 26 mag. - Giorni contati per la pratica del greenwashing. La Commissione europea è intenzionata infatti contrastare attivamente le pratiche di greenwashing, tutelando da una parte i consumatori contro le pratiche di obsolescenza programmata dei prodotti e, dall'altra, regolamentare il "far west" delle etichettature e definizioni fuorvianti su tutela dell'ambiente e del clima, utilizzate dalle aziende per fare marketing con scaltrezza. Alla vigilia di questo momento di svolta è stato presentato a Circonomia - il Festival dell'economia circolare e della transizione ecologica giunto all'ottava edizione - il Rapporto Greenwashing 2023, dedicato alle misure attive in Italia e nel mondo per contrastare le pubblicità e le aziende che dicono di essere "green" senza esserlo. "Tutti vogliono presentarsi come sostenibili, ma è importante farlo in maniera corretta" ha spiegato Francesco Ferrante, Vicepresidente del Kyoto Club. "Secondo un'indagine di Eurobarometro- aggiunge- si contano oltre 200 esempi di brand che fanno greenwashing, creando confusione nel consumatore. La proposta di direttiva sui "green claims" che è stata presentata dalla Commissione europea il 22 marzo non impatta solo sulle scelte di marketing aziendale, ma ha una valenza di enorme portata, soprattutto in ambito economico. Per questo nel rapporto mettiamo sotto la lente 'casi di scuola' di greenwashing in Italia e nel mondo, e facciamo luce sul contesto europeo e internazionale nel quale si inserisce la direttiva".(SEGUE) (Com/Ran/Dire) 17:28 26-05-23 NNNN

AMBIENTE. BASTA 'BUGIE VERDI', A CIRCONOMIA IL REPORT GREENWASHING 2023 -2-

DIR2723 3 AMB 0 RR1 N/AMB / DIR /TXT AMBIENTE. BASTA 'BUGIE VERDI', A CIRCONOMIA IL REPORT GREENWASHING 2023 -2- (DIRE) Roma, 26 mag. - Il termine greenwashing - si legge nel rapporto presentato a Circonomia - nasce negli anni Ottanta, riferito inizialmente alle catene alberghiere che invitano gli ospiti a riutilizzare più volte gli asciugamani invece di farli lavare ogni giorno; una richiesta che veniva spacciata per ambientalista ma derivante, in realtà, solo dalla volontà di contenere le spese. In Italia,

rileva il Rapporto Greenwashing 2023, la direttiva europea andrebbe a colmare un vuoto, perché non c'è una vera e propria norma che regoli e persegua le pratiche scorrette, sebbene l'Autorità garante del mercato e della concorrenza abbia comminato multe anche ad aziende molto note. Più avanti del nostro Paese è la Francia, dove è stata vietata la pubblicità relativa alla commercializzazione o promozione dei combustibili fossili e dove sempre in base alla stessa legge 'Climate & Resilience' c'è l'obbligo di indicare, all'interno degli annunci pubblicitari, l'impatto climatico dei prodotti. Principio di trasparenza che regola il 'Green Claims Code' in Gran Bretagna, introdotto affinché le aziende possano comunicare correttamente le proprie credenziali ecologiche, riducendo al contempo il rischio di indurre gli acquirenti in errore. (Com/Ran/Dire) 17:28 26-05-23 NNNN

DIRE
Ambiente Copia notizia
VENERDÌ 26 MAGGIO 2023 17.30.16

AMBIENTE. BASTA 'BUGIE VERDI', A CIRCONOMIA IL REPORT GREENWASHING 2023

DIR2722 3 AMB 0 RR1 N/AMB / DIR /TXT AMBIENTE. BASTA 'BUGIE VERDI', A CIRCONOMIA IL REPORT GREENWASHING 2023 IN ARRIVO STRETTA UE SUL FAR WEST DEL MARKETING SOSTENIBILITA' (DIRE) Roma, 26 mag. - Giorni contati per la pratica del greenwashing. La Commissione europea è intenzionata infatti contrastare attivamente le pratiche di greenwashing, tutelando da una parte i consumatori contro le pratiche di obsolescenza programmata dei prodotti e, dall'altra, regolamentare il "far west" delle etichettature e definizioni fuorvianti su tutela dell'ambiente e del clima, utilizzate dalle aziende per fare marketing con scaltrezza. Alla vigilia di questo momento di svolta è stato presentato a Circonomia - il Festival dell'economia circolare e della transizione ecologica giunto all'ottava edizione - il Rapporto Greenwashing 2023, dedicato alle misure attive in Italia e nel mondo per contrastare le pubblicità e le aziende che dicono di essere "green" senza esserlo. "Tutti vogliono presentarsi come sostenibili, ma è importante farlo in maniera corretta" ha spiegato Francesco Ferrante, Vicepresidente del Kyoto Club. "Secondo un'indagine di Eurobarometro- aggiunge- si contano oltre 200 esempi di brand che fanno greenwashing, creando confusione nel consumatore. La proposta di direttiva sui "green claims" che è stata presentata dalla Commissione europea il 22 marzo non impatta solo sulle scelte di marketing aziendale, ma ha una valenza di enorme portata, soprattutto in ambito economico. Per questo nel rapporto mettiamo sotto la lente 'casi di scuola' di greenwashing in Italia e nel mondo, e facciamo luce sul contesto europeo e internazionale nel quale si inserisce la direttiva".(SEGUE) (Com/Ran/Dire) 17:28 26-05-23 NNNN

LaPresse Copia notizia
VENERDÌ 26 MAGGIO 2023 10.01.25

Ambiente: Circonomia, oltre 200 brand fanno greenwashing-2-

Ambiente: Circonomia, oltre 200 brand fanno greenwashing-2- Roma, 26 mag. (LaPresse) - “Secondo un’indagine di Eurobarometro - aggiunge Ferrante - si contano oltre 200 esempi di brand che fanno greenwashing, creando confusione nel consumatore. La proposta di direttiva sui “green claims” che è stata presentata dalla Commissione europea il 22 marzo non impatta solo sulle scelte di marketing aziendale, ma ha una valenza di enorme portata, soprattutto in ambito economico. Per questo nel rapporto mettiamo sotto la lente ‘casi di scuola’ di greenwashing in Italia e nel mondo, e facciamo luce sul contesto europeo e internazionale nel quale si inserisce la direttiva”. Il termine greenwashing - si legge nel rapporto presentato a Circonomia - nasce negli anni Ottanta, riferito inizialmente alle catene alberghiere che invitano gli ospiti a riutilizzare più volte gli asciugamani invece di farli lavare ogni giorno; una richiesta che veniva spacciata per ambientalista ma derivante, in realtà, solo dalla volontà di contenere le spese. In Italia, rileva il Rapporto Greenwashing 2023, la direttiva europea andrebbe a colmare un vuoto, perché non c'è una vera e propria norma che regoli e persegua le pratiche scorrette, sebbene l'Autorità garante del mercato e della concorrenza abbia comminato multe anche ad aziende molto note. Più avanti del nostro Paese è la Francia, dove è stata vietata la pubblicità relativa alla commercializzazione o promozione dei combustibili fossili e dove sempre in base alla stessa legge 'Climate & Resilience' c'è l'obbligo di indicare, all'interno degli annunci pubblicitari, l'impatto climatico dei prodotti. Principio di trasparenza che regola il “Green Claims Code” in Gran Bretagna,

introdotta affinché le aziende possano comunicare correttamente le proprie credenziali ecologiche, riducendo al contempo il rischio di indurre gli acquirenti in errore. ECO NG01 ntl 261000 MAG 23

LaPresse

Copia notizia

VENERDÌ 26 MAGGIO 2023 10.00.52

Ambiente: Circonomia, oltre 200 brand fanno greenwashing

Ambiente: Circonomia, oltre 200 brand fanno greenwashing Roma, 26 mag. (LaPresse) - Giorni contati per la pratica del greenwashing. La Commissione europea è intenzionata infatti contrastare attivamente le pratiche di greenwashing, tutelando da una parte i consumatori contro le pratiche di obsolescenza programmata dei prodotti e, dall'altra, regolamentare il "far west" delle etichettature e definizioni fuorvianti su tutela dell'ambiente e del clima, utilizzate dalle aziende per fare marketing con scaltrezza. Alla vigilia di questo momento di svolta è stato presentato a Circonomia - il Festival dell'economia circolare e della transizione ecologica giunto all'ottava edizione - il Rapporto Greenwashing 2023, dedicato alle misure attive in Italia e nel mondo per contrastare le pubblicità e le aziende che dicono di essere "green" senza esserlo. "Tutti vogliono presentarsi come sostenibili, ma è importante farlo in maniera corretta" ha spiegato Francesco Ferrante, Vicepresidente del Kyoto Club. ECO NG01 ntl 261000 MAG 23
