

Greenwashing. Prodotti finanziari e comunicazioni aziendali: ecco chi rischia

Le authority Ue mettono fine alle incertezze. Senza alibi chi ora fa il furbo

Vitaliano D'Angerio

«Come facciamo a evitare il greenwashing se Bruxelles non ci dice che cos'è?». È la critica che sempre più di frequente viene fatta da studi legali, consulenti e gestori di fondi agli organismi europei, tanto prolifici sulla normativa di sostenibilità, quanto restii a fornire una definizione di greenwashing, il marketing verde che confonde i risparmiatori e li induce a investire in maniera scorretta.

Alla fine le authority di vigilanza europee su esplicita richiesta della Commissione Von der Leyen, hanno scolpito una definizione giuridica in un report pubblicato il 31 maggio. Nelle 90 pagine, Esma (mercati), Eiopa (assicurazioni), Eba (banche) hanno individuato i rischi di greenwashing lungo tutta la catena di valore degli investimenti sostenibili, indicando le possibili soluzioni per contenerli. Un lavoro che ora toglierà qualunque alibi.

Definizione e intenzionalità

«Il greenwashing è una pratica in cui le affermazioni, le dichiarazioni, le azioni o le comunicazioni relative alla sostenibilità non rispecchiano in modo chiaro e corretto il profilo di sostenibilità sottostante un'ente, un prodotto o un servizio finanziario. Questa pratica può essere fuorviante per i consumatori, gli investitori o altri partecipanti al mercato». È la definizione che si trova in pagina 5 del report. Il greenwashing, viene subito ribadito, può essere intenzionale o anche inconsapevole. Un passaggio («unintentionally») che avrebbe fatto sollevare più di un sopracciglio tra i partecipanti alle varie commissioni Esma, l'authority che vigila sui mercati: in particolare, alcuni gestori di fondi hanno fatto notare che non sono imputabili di greenwashing se aziende quotate e

fornitori di dati, comunicano informazioni errate. Ma della questione si discuterà ancora.

Non solo prodotti

Le verniciate di verde possono verificarsi lungo tutta la catena di valore green. Le authority, dopo l'analisi e dopo aver interpellato tutti i protagonisti del mercato, sono arrivate alla conclusione che le dichiarazioni o i comportamenti ingannevoli possono riguardare i prodotti, così come la governance Esg delle aziende o le metriche delle performance Esg. Nessuno è escluso.

Quattro settori vigilati Esma

Per quanto riguarda i mercati finanziari, Esma ha identificato quattro ambiti esposti ai rischi di greenwashing: emittenti, gestori di investimenti, benchmark e fornitori di servizi finanziari. Per gli emittenti, i rischi riguardano soprattutto le previsioni e le promesse relative alle future performance Esg; per evitare le verniciate green, Esma suggerisce di evitare il

cherry picking o comunicazioni che non hanno alla base informazioni affidabili.

Sul secondo ambito, quello dei gestori, i potenziali rischi potrebbero emergere nelle fasi di confronto (engagement) con le società in cui si investe oltre che nelle strategie Esg comunicate al mercato. La buccia di banana più frequente riguarda però il nome del prodotto finanziario che può trarre in inganno il risparmiatore. Soluzione? Una puntuale normativa di etichettatura (labelling). Che è lo stesso suggerimento per il settore dei benchmark dove, oltre ai nomi fuorvianti, i rischi di greenwashing vengono individuati nella poca trasparenza riguardo soprattutto la metodologia relativa ai dati Esg.

Infine i consulenti finanziari. In tale ambito, sottolinea Esma, le verniciate di verde riguardano le situazioni dove si potrebbe non fornire una consulenza personalizzata adeguata quando si illustrano le caratteristiche di sostenibilità dei prodotti. «Per mitigare questi rischi – si legge nel documento –, si potrebbe rafforzare il quadro normativo relativo al concetto di “preferenze di sostenibilità”, migliorare le competenze dei consulenti finanziari e, allo stesso tempo, aumentare l'alfabetizzazione Esg degli investitori retail». È la descrizione del migliore dei mondi possibili ma è di certo l'obiettivo a cui puntare.

Il Final report

Il report finale verrà consegnato dalle authority nel maggio prossimo, poco prima delle elezioni del Parlamento Ue. Intanto però qual è il giudizio degli esperti su questa tappa intermedia? Lo abbiamo chiesto a Luca Zitiello, avvocato esperto di prodotti e strumenti finanziari, in passato non tenero con il lavoro di Bruxelles: «Le authority hanno fatto un ottimo lavoro perché hanno scomposto la catena di valore della finanza sostenibile, individuando i singoli rischi per ciascun ambito e ruolo analizzato in modo che vengano assunte le rispettive responsabilità. Finalmente viene introdotta una prima definizione del greenwashing non presente nella attuale normativa di riferimento».

DECISIONI OLANDESI

Klm e Fossil Free Netherlands

Un Tribunale olandese ha autorizzato passaggio alla fase successiva della causa civile intentata da gruppi ambientalisti contro la compagnia aerea Klm per spot pubblicitari che avrebbero fuorviato i consumatori sulle proprie credenziali ambientali. I giudici hanno ritenuto ammissibile la causa intentata da Fossil Free Netherlands. Klm (gruppo Air France) ha negato le accuse di greenwashing e in aprile ha sostenuto che il gruppo ambientalista non rappresentava la maggior parte dei suoi clienti e non aveva il diritto di intentare una causa. Ma i giudici hanno deciso diversamente: «Poiché si tratta di un caso di interesse generale – si legge nella sentenza –, non è necessario stabilire quale gruppo di persone Fossil Free rappresenti».