

(DIS)INFORMAZIONE VERDE E TUTELA CONSUMERISTICA NEL PANORAMA NORMATIVO E GIURISPRUDENZIALE EUROPEO *

Maria Monica Barone - Gianni Capobianco**

Abstract [Ita]: La crescente sensibilità dei consumatori nei confronti delle tematiche ambientali richiama il regolatore, europeo e nazionale, all'adattamento dei rimedi giuridici per far fronte alle scorrettezze poste in essere dai professionisti attraverso la diffusione di messaggi ecologici ingannevoli. In tale contesto, tanto la recente proposta di modifica della normativa europea quanto soluzioni giuridiche recentemente sperimentate in altri ordinamenti sembrano orientati ad una massimizzazione qualitativa del corredo informativo verde dovuto dal professionista al consumatore unito ad un necessario, conseguenziale, ripensamento della normativa sulla concorrenza sleale. All'interno del filone giurisprudenziale sul contrasto ai messaggi ambientali fuorvianti si inserisce l'ultima stagione della vicenda Dieselgate per mezzo di tre recenti pronunce della Corte di Giustizia. Quest'ultima, in Grande Sezione, blinda la tutela consumeristica mediante il ricorso alla risoluzione del contratto occasionata da un difetto di conformità, la cui «non minore» gravità è giustificata dalla eco-incompatibilità del bene di consumo.

Parole chiave: Consumatore - Ambiente - Concorrenza - Pratiche commerciali scorrette - Pubblicità ingannevole - responsabilità - difetti di conformità

Abstract [Eng]: Consumers' growing awareness of environmental issues is calling on European and national regulators to adapt legal remedies to deal with unfairness by professionals through the dissemination of misleading ecological messages. In this context, both the recent proposal to amend the European legislation and legal solutions recently experimented in other jurisdictions seem to be oriented towards a qualitative maximisation of the green information package owed by the professional to the consumer combined with a necessary, consequential rethinking of the legislation on unfair competition. Within the jurisprudential strand on the fight against misleading environmental messages is the latest season of the Dieselgate affair through three recent rulings of the Court of Justice. The latter, in Grand Chamber, armours consumer protection through recourse to contract termination occasioned by a conformity defect, whose 'no lesser' seriousness is justified by the eco-compatibility of the consumer good.

Key words: Consumer - Environment - Competition - Unfair commercial practices - Misleading advertising - Liability - Conformity defects

SOMMARIO: 1. *Claims* ambientali, tra concorrenza e tutela dei consumatori in Europa. - 2. La nuova strategia della Commissione europea sulla responsabilizzazione del consumatore nel processo di transizione verde. - 3. La proposta di modifica europea della disciplina sulle pratiche commerciali sleali, in raffronto con il *Green Claims Code* inglese e la *Loi Climat et Résilience* francese. - 4. L'antefatto alla base del rinvio pregiudiziale intorno al fenomeno *Dieselgate*. - 5. L'eco-incompatibilità come difetto di conformità «non minore» nella giurisprudenza della Corte di Giustizia. - 6. I rimedi privatistici alternativi, tra risarcimento del danno e annullamento del contratto.

1. Claims ambientali, tra concorrenza e tutela dei consumatori in Europa.

Secondo i dati forniti nello speciale Eurobarometro dell'Unione Europea *"Attitudes of Europeans towards the Environment"* più di nove europei sui dieci hanno dichiarato che la protezione dell'ambiente è per loro importante e, per oltre la metà, lo è molto¹.

A ciò si aggiungano i recenti risultati pubblicati dall'IBM Institute for Business Value (IBV) nella *Research brief "Balancing sustainability and profitability. How businesses can protect people, planet, and the bottom line"* dove si legge chiaramente come, in seguito all'emergenza sanitaria da Covid-19, per oltre il 93% dei consumatori sia divenuto ancora più importante l'acquisto beni e servizi maggiormente rispettosi dell'ambiente e di essere, quindi, disposti a pagare maggiormente per l'acquisto di prodotti etichettati come sostenibili o, comunque, socialmente responsabili².

La maggiore, riconosciuta, sensibilità dei consumatori verso l'acquisto di beni e servizi maggiormente rispettosi dell'ecosistema richiama il regolatore europeo e nazionale alla produzione (e/o all'adattamento) di regole giuridiche (meglio) capaci di contrastare l'utilizzo, da parte dei professionisti, di messaggi ecologici idonei ad incidere negativamente sulla libera scelta commerciale dei consumatori, a danno delle regole concorrenziali che contraddistinguono il mercato europeo e, in definitiva, del benessere degli stessi consumatori³.

E tuttavia, tanto a livello europeo quanto nazionale, la protezione dei consumatori contro il fenomeno del *greenwashing* continua ad essere "riflessa" poiché affidata principalmente alla

¹ * Il presente contributo è destinato altresì, con alcune variazioni, agli *Scritti in onore di Mauro Mancini Proietti*, in corso di realizzazione.

^{**} Il presente lavoro è frutto di una riflessione comune. A Gianni Capobianco, Dottorando di Ricerca in Scienze Giuridiche (Università di Siena), possono attribuirsi i par. 1, 2 e 3, a Maria Monica Barone, Dottoranda di Ricerca in Scienze Giuridiche (Università di Siena), i par. 4, 5 e 6.

Commissione europea, *Directorate General for Communication, Special Eurobarometer 468: Attitudes of European citizens towards the environment*, 2017, https://data.europa.eu/data/datasets/s2156_88_1_468_eng?locale=en. A ciò si aggiungano poi i dati contenuti in una recente indagine di monitoraggio dei dati di consumo, cfr. Commissione europea, *Market Monitoring Survey. Overview Report 2019/2020*, https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/mms-overview-report-19-20_en.pdf, dove si legge come, per oltre il 78% dei consumatori, il probabile impatto ambientale degli elettrodomestici che acquista è molto importante o abbastanza importante.

² *Institute for Business Value, Research Brief "Balancing sustainability and profitability. How businesses can protect people, planet, and the bottom line"*, 2022, <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/2022-sustainability-consumer-research>, dove si legge ulteriormente come, proprio nel 2022, «(...) purpose-driven consumers, who choose products and brands based on how well they align to their values, became the largest segment (44%) of consumers across all product categories. And their impact appears to be growing». Sul punto, si veda K. HALLER, M. WALLACE, J. CHEUNG, and S. GUPTA, *Consumers want it all: Hybrid shopping, sustainability, and purpose-driven brands*, IBM Institute for Business Value, 2022, <https://ibm.co/2022-consumer-study>. Sulla maggiore propensione dei consumatori all'acquisto di beni meno dannosi per l'ambiente si veda anche Commissione europea, *Behavioural Study on Consumers' Engagement in the Circular Economy, Final Report, October 2018*, at https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/sustainable-consumption_en#behaviouralstudyonconsumersengagementinthecirculareconomy.

³ Va sul punto ricordato come il combinato disposto che si ricava dagli artt.114, 169 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE) con l'art.38 della Carta dei diritti fondamentali (CDFUE) imponga un livello di tutela elevato dei consumatori nell'Unione europea, contribuendo così al corretto funzionamento del mercato unico.

normativa dettata in materia di pratiche commerciali sleali di cui alla direttiva europea 2005/29/CE e, in relazione all'Italia, al Codice del Consumo che l'ha recepita;⁴ nonché in ulteriori normative di dettaglio, come quelle che fissano parametri antinquinanti per la costruzione di taluni specifici beni (v. *infra* in materia di costruzione di veicoli con riferimento al caso *dieselgate*); a livello di *soft law*, va poi certamente considerata anche la recente (ri)edizione del Codice di autodisciplina della Comunicazione Commerciale nonché di Codici etici aziendali⁵. A ciò si aggiunga, oltretutto, come il diritto vivente registrato nella più recente giurisprudenza delle Corti europee sembri decisamente orientato a percorrere (talvolta a preferire) anche un ulteriore e diverso strumento di tutela dei consumatori attraverso il ricorso alla normativa in materia di difetti di conformità dei beni (di cui v. *infra*).

Infine, è significativo osservare come, proprio recentemente, altri ordinamenti come quello inglese e francese siano efficacemente intervenuti sul tema. Più in particolare, il Regno Unito ha da poco visto l'introduzione del *Green Claims Code* ad opera della *Competition and Market Authority* (CMA) con l'obiettivo primario di aiutare le imprese inglesi nel rispetto degli obblighi di legge in materia di tutela dei consumatori nel momento in cui queste emettono nel mercato dichiarazioni sul proprio impegno ambientale evitando così di incorrere nella insidiosa normativa interna in tema di pratiche commerciali sleali⁶. Anche la Francia, con la recente approvazione della *Loi n.2021-1104 "Portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets"*, dal contenuto certamente inedito nel panorama mondiale sotto molteplici profili, modificando la normativa interna, ha introdotto tra le pratiche commerciali ingannevoli anche i messaggi pubblicitari contenenti dichiarazioni ambientali; rispetto ai quali, peraltro, il legislatore d'Oltralpe è intervenuto con un significativo inasprimento sanzionatorio⁷.

2. La nuova strategia della Commissione europea sulla responsabilizzazione del consumatore nel processo di transizione verde.

4 *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive')*. In Italia, la direttiva è stata recepita con il D.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229.

5 Si tratta del Codice dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria con la finalità di assicurare che i messaggi pubblicitari in campo commerciale siano realizzati come servizio per il pubblico anche in ragione della loro influenza sulle scelte dei consumatori. In particolare, altro da assumere natura normativa, si tratta di un codice vincolante solo «(...) per utenti, agenzie, consulenti di pubblicità e di marketing, gestori di veicoli pubblicitari di ogni tipo e per tutti coloro che lo abbiano accettato direttamente o tramite la propria associazione, ovvero mediante la conclusione di un contratto di cui al punto d), finalizzato all'effettuazione di una comunicazione commerciale» (lett. b), https://www.iap.it/wp-content/uploads/2020/03/Codice-67a-edizione-10-marzo_2020.pdf. È da rilevare come l'art.12 del Codice, rubricato "*Tutela dell'ambiente*", nella 67.a Edizione in vigore dal 10 marzo 2020, prevede che «*la comunicazione commerciale che dichiara o evoca 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*».

6 *Competition and Market Authority, CMA guidance on environmental claims on goods and services. Helping businesses comply with their consumer protection law obligations*, 20 September 2021, CMA146, <https://www.gov.uk/government/publications/green-claims-code-making-environmental-claims>.

L'interesse dell'Unione europea circa la fondatezza e veridicità dei *green claims* diffusi nel mercato si è gradualmente intensificato e rafforzato proprio negli ultimi anni. Già con il *Green Deal* europeo del 2019, invero, la Commissione europea aveva avuto occasione di evidenziare l'importanza che i consumatori europei disponessero di informazioni affidabili, comparabili e verificabili al fine di assumere, conseguentemente, decisioni di consumo maggiormente informati alla sostenibilità, evidenziando, a tal fine, come «(...) le imprese che vantano le caratteristiche ecologiche dei loro prodotti dovrebbero essere in grado di dimostrarle sulla base di una metodologia standard che ne valuti l'impatto sull'ambiente»⁸. Con il successivo *Piano d'azione per l'economia circolare e per un'Europa più pulita e competitiva* (2020) la Commissione europea si impegnava poi a «rafforzare ulteriormente la protezione dei consumatori contro l'ecologismo di facciata e l'obsolescenza prematura, stabilire requisiti minimi per i marchi/loghi di sostenibilità e per gli strumenti di informazione»⁹.

Sempre nel 2020, inoltre, con la "*Nuova agenda dei consumatori, rafforzare la resilienza dei consumatori per una ripresa sostenibile*", preso atto che i consumatori «(...) mostrano un crescente interesse a contribuire personalmente al conseguimento della neutralità climatica, alla preservazione delle risorse naturali e della biodiversità e alla riduzione dell'inquinamento idrico, atmosferico e del suolo» la Commissione annunciava, quindi, la sua nuova strategia d'azione proponendo, con approccio olistico, nuove misure per promuovere un mercato più verde, digitale ed equo consentendo agli stessi consumatori di assumere, per tal via, un ruolo più attivo e protagonista nel relativo processo di transizione¹⁰.

E tuttavia, in seguito ad uno *screening* condotto dalla Commissione e dalle Autorità nazionali di tutela dei consumatori sui siti *web* con specifico riguardo alle dichiarazioni ambientali utilizzate nei vari settori economici è emerso chiaramente come, in relazione al mercato europeo *online*, oltre il 42% delle affermazioni ecologiche fossero esagerate, false od

7 *Loi no. 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, Journal Officiel de la République Française 24 août 2021.*

8 Commissione europea, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, *Il Green Deal europeo*, dicembre 2019, che preannunciava anche un maggiore sforzo della stessa Commissione, regolamentare e non, per contrastare le false dichiarazioni di ecocompatibilità. Con la successiva Raccomandazione (UE) 2021/2279 della stessa Commissione europea del 15 dicembre 2021, sull'uso dei metodi dell'impronta ambientale per misurare e comunicare le prestazioni ambientali del ciclo di vita dei prodotti e delle organizzazioni, dopo aver condotto un preliminare studio sulla sperimentazione da parte dei consumatori di alternative per comunicare il profilo di impronta ambientale dei prodotti, la Commissione si è concentrata poi sulle modalità più desiderabili per comunicare il profilo di impronta ambientale (avente ad oggetto cioè il potenziale impatto che un prodotto ha sull'ambiente durante il suo ciclo di vita) delle imprese ai consumatori che siano in grado di trasmettere informazioni che siano, al contempo, verificabili, attendibili e che incoraggino lo stesso consumatore a prendere in considerazione tali informazioni nelle proprie scelte commerciali.

9 Commissione europea, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, *Un nuovo piano d'azione per l'economia circolare Per un'Europa più pulita e più competitiva*, marzo 2020. In particolare, la Commissione si impegnava a promuovere una modifica della legislazione europea sulla protezione dei consumatori per garantire che essi ricevano informazioni attendibili e pertinenti rispetto ai prodotti acquistati chiedendo alle imprese di dimostrare le loro affermazioni ambientali attraverso l'utilizzo di "metodi di impronta ambientale di prodotto e organizzazione".

10 Commissione europea, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio, *Nuova agenda dei consumatori, Rafforzare la resilienza dei consumatori per una ripresa sostenibile*, novembre 2020.

ingannevoli e, quindi, potenzialmente in grado di integrare delle pratiche commerciali sleali secondo la normativa di cui si dirà a breve (v. *infra*)¹¹.

3. La proposta di modifica europea della disciplina sulle pratiche commerciali sleali, in raffronto con il *Green claims Code* inglese e la *Loi Climat et Résilience* francese.

Tra le principali azioni recentemente intraprese dall'Unione Europea nel contrasto ai *green claims* non veritieri, in attuazione della descritta nuova agenda dei consumatori, una posizione di indiscusso rilievo è certamente occupata dalla proposta di modifica della direttiva in materia di pratiche commerciali sleali nell'ottica di una maggiore responsabilizzazione dei consumatori nella transizione verde, anche mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione ricevuta dal professionista¹².

Si tratta, più in particolare, di una proposta di modifica di ben due precedenti direttive europee: quella del 2005 sulle pratiche commerciali sleali¹³ nonché della successiva direttiva del 2011 sui diritti dei consumatori, specie con riguardo agli obblighi di informazione in fase precontrattuale dovuti dal professionista¹⁴ con l'obiettivo di contribuire a plasmare un'economia europea più circolare, pulita e verde al cui interno i consumatori possano cioè liberamente assumere scelte di acquisto consapevoli, contribuendo altresì alla sostenibilità dei consumi anche attraverso un maggiore contrasto alle pratiche commerciali sleali lesive

11 Commissione europea, “*Greenwashing*”: lo *screening* dei siti *web* rivela che la metà delle affermazioni ecologiche è priva di fondamento, comunicato stampa del 28 gennaio 2021. Dallo *screening*, peraltro, è emerso come su oltre trecento dichiarazioni “dubbe” verificate, in oltre la metà dei casi, il professionista non aveva fornito ai consumatori le informazioni necessarie per verificare la veridicità delle sue affermazioni ecologiche; nel 37% dei casi, invece, le affermazioni utilizzate contenevano formulazioni vaghe o generiche, come “rispettoso dell’ambiente” o “sostenibile” o ancora “eco”, “verde”, “ecologico”, “amico dell’ambiente” o “neutrale dal punto di vista climatico”, “biodegradabile” in grado di suscitare nei consumatori l'impressione, non fondata, di acquistare prodotti privi di impatto sull’ambiente; infine, nel 59% delle affermazioni ambientali il professionista non aveva fornito al consumatore elementi facilmente accessibili per sostenere le sue dichiarazioni. Si veda anche Commissione europea, *Environmental claims in the EU - inventory and reliability assessment*, 2020, dove la Commissione ha analizzato circa centocinquanta dichiarazioni ambientali a livello UE rilevando come il 53% di esse fossero vaghe, fuorvianti o infondate nella descrizione delle caratteristiche ambientali dei prodotti e nella loro pubblicità. Si veda poi l'analisi globale coordinata da the *Competition and Markets Authority* (CMA) nel 2021 che ha rilevato come oltre il 40% delle dichiarazioni ambientali *online* potrebbero ingannare i consumatori, <https://www.gov.uk/government/news/global-sweep-finds-40-of-firms-green-claims-could-be-misleading>.

12 Commissione europea, Proposta di Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione, marzo 2022.

13 Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 149 dell'11.6.2005, pag. 22).

14 Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 304 del 22.11.2011, pag. 64). Tale direttiva sarà modificata principalmente includendo nuovi obblighi di informativa precontrattuale a carico del professionista nonché sulla durabilità e sulla riparabilità dei prodotti prima della conclusione del contratto.

degli interessi economici dei consumatori stessi che rappresentano, ad oggi, il principale ostacolo al raggiungimento di tale obiettivo¹⁵.

Ed infatti, allo stato attuale, la direttiva del 2005 non contiene alcuna disposizione, quantomeno esplicita, per contrastare il fenomeno del *greenwashing*; che però, nel mercato europeo, si dimostra essere pericolosamente capace di incidere negativamente sulle scelte dei consumatori, oltre che sugli stessi equilibri concorrenziali¹⁶. Ciononostante, sul punto, è da rilevare come la Commissione europea sia intervenuta con i suoi *orientamenti* nel 2016 evidenziando come la direttiva sulle pratiche commerciali sleali, pur non prescrivendo nulla in merito alle dichiarazioni ambientali non veritiere, contenga al suo interno già una base giuridica¹⁷ per assicurare che i professionisti non utilizzino asserzioni ambientali in modo sleale o ingannevole per i consumatori¹⁸.

Entrando più nel dettaglio della proposta di modifica della direttiva del 2005 va subito rilevato come la Commissione intenda raggiungere tale obiettivo somministrando agli stessi consumatori *migliori informazioni*, sia sulla durabilità che sulla riparabilità dei prodotti, prima della conclusione del contratto ponendoli in tal modo al riparo dalle dichiarazioni ambientali ingannevoli utilizzate dai professionisti, da pratiche di obsolescenza precoce, ovvero guasti prematuri dei beni acquistati, nonché nell'uso di marchi di sostenibilità e strumenti di informazione inattendibili e non trasparenti¹⁹. Per raggiungere detto risultato, quindi, il

15 La proposta di modifica delle due direttive è stata preceduta da una consultazione dei portatori di interessi, in particolare da un'indagine *online* che ha coinvolto circa dodicimila consumatori di tutti gli Stati membri, oltre che colloqui telefonici con circa cento imprese. Da tale consultazione è emerso chiaramente come il principale ostacolo al pieno coinvolgimento del consumatore alla transizione verde dell'Unione sia rappresentato dalla non attendibilità delle affermazioni ambientali utilizzate dai professionisti.

16 Si prevede, infatti, che l'attuazione delle descritte modifiche alle due direttive comporterà benefici economici ai consumatori di circa un miliardo di euro ogni anno, oltre che all'ambiente stesso, con una riduzione della CO₂ equivalente stimata pari a 5-7 MtCO₂e, in un periodo di quindici anni. Sul punto, cfr. Commissione europea, *Proposta di Direttiva*, *cit.*, nota 12, 13.

17 In particolare, va osservato come la tutela dei consumatori rientri nella competenza concorrente dell'Unione europea con gli Stati membri. Più in dettaglio, a norma dell'art.169 TFUE, "*Protezione dei consumatori*", «(...) *al fine di promuovere gli interessi dei consumatori ed assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori, l'Unione contribuisce a tutelare la salute, la sicurezza e gli interessi economici dei consumatori nonché a promuovere il loro diritto all'informazione, all'educazione e all'organizzazione per la salvaguardia dei propri interessi*». Per raggiungere tale obiettivo, quindi, l'art.114 TFUE rappresenta la base giuridica per l'adozione delle misure relative al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati membri che hanno per oggetto l'instaurazione ed il funzionamento del mercato interno.

18 Commissione europea, Documento di lavoro dei servizi della Commissione, *Orientamenti per l'attuazione/applicazione della Direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali che accompagna il documento Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, Un approccio globale per stimolare il commercio elettronico transfrontaliero per i cittadini e le imprese in Europa*, maggio 2016. È significativo evidenziare, inoltre, la definizione di *greenwashing* che la Commissione stessa elabora in tale documento che «(...) può riguardare tutte le forme di pratiche commerciali delle imprese nei confronti dei consumatori concernenti gli attributi ambientali dei prodotti o servizi. A seconda delle circostanze, tale pratica può comprendere tutti i tipi di affermazioni, informazioni, simboli, loghi, elementi grafici e marchi, nonché la loro interazione con i colori, impiegati sull'imballaggio, sull'etichetta, nella pubblicità, su tutti i media (compresi i siti Internet), da qualsiasi organizzazione che si qualifichi come "professionista" e ponga in essere pratiche commerciali nei confronti dei consumatori», 110.

19 Cfr. Commissione europea, *Proposta di Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la*

professionista è tenuto a non ingannare il consumatore sull'impatto ambientale e sociale, sulla riparabilità e durabilità dei prodotti venduti e potrà presentare dichiarazioni ambientali asserendo prestazioni ambientali future unicamente qualora ciò comporti l'assunzione di impegni chiari e, nel caso di rapporto con i prodotti di altri professionisti sulla sostenibilità, solo se sarà in grado di fornire al consumatore le informazioni necessarie sul metodo di comparazione utilizzato²⁰.

A tal fine, l'art.1 della proposta di modifica della direttiva 2005/29/CE aggiorna l'elenco delle caratteristiche del prodotto rispetto alle quali il professionista può incorrere in una pratica commerciale ingannevole. In particolare, nel nuovo testo dell'art.6, par.1 della direttiva - che individua i casi in cui la pratica commerciale è considerata ingannevole - tra gli elementi sui quali può incidere la dichiarazione viene inserito anche "l'impatto ambientale o sociale del prodotto" coltre che la "durabilità" e la "riparabilità dello stesso"²¹. Inoltre, al paragrafo 2 dell'art.6 della direttiva, saranno introdotte due nuove pratiche commerciali considerate ingannevoli, se inducono o possono indurre il consumatore medio²² a prendere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso: la prima consiste nella formulazione di una dichiarazione ambientale relativa alle prestazioni ambientali future senza l'inclusione di impegni ed obiettivi chiari, oggettivi e verificabili e prescindendo da un sistema di monitoraggio indipendente (lett. d)²³. La seconda consiste nel pubblicizzare, come

transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione, cit. nota 12, 1.

20 In particolare, il nuovo paragrafo 7 dell'art.7 della direttiva 2005/29/CE vede aggiunto nell'elenco delle informazioni da considerare rilevanti nel caso di pratiche commerciali specifiche, che, se omesse, possono condurre a ritenere ingannevole la stessa pratica commerciale, il servizio di raffronto fra prodotti offerto dal professionista, anche attraverso informazioni sulla sostenibilità degli stessi quando non sono riportate le informazioni sul metodo della comparazione, sui prodotti raffrontati e sui fornitori degli stessi e sulle misure utilizzate per l'aggiornamento delle informazioni.

21 Il nuovo testo dell'art.6 della direttiva sarà quindi il seguente: «è considerata ingannevole una pratica commerciale che contenga informazioni false e sia pertanto non veritiera o in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, inganni o possa ingannare il consumatore medio, anche se l'informazione è di fatto corretta, riguardo a uno o più dei seguenti elementi e in ogni caso lo induca o sia idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso: (...) b) le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilità, i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, l'impatto ambientale o sociale, gli accessori, la durabilità, la riparabilità, l'assistenza post-vendita al consumatore e il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna, l'idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto».

22 Per una critica alla categoria del consumatore medio, anche alla luce della nuova prospettiva tracciata dal Trattato di Lisbona, si veda S. CARMIGNANI, *Sulla persistente validità del consumatore medio*, in *Dir. agroalim.*, 5, 2020, 693 ss. che opportunamente rileva come «la generalizzazione non dà conto della complessità dell'esistenza e della diversificazione degli atteggiamenti di consumo, talora rientranti nella astrattezza della medietà, talora influenzati da irrazionalità e componenti emotive, talora, e sempre più di frequente, consapevoli, scaltri, esigenti, informati».

23 Sul punto, il considerando n.4 della proposta di modifica della direttiva richiama le dichiarazioni ambientali relative al clima che fanno cioè riferimento a future prestazioni ai fini della transizione verso la neutralità carbonica o climatica entro una data prestabilita. In tal modo, infatti, «(...) i professionisti danno l'impressione che acquistando i loro prodotti i consumatori contribuiscano a un'economia a basse emissioni di carbonio». Ed infatti, le dichiarazioni ambientali che non risultano corroborate da impegni ed obiettivi chiari, oggettivi e verificabili fissati dallo stesso professionista saranno vietate dal novellato art. 6, par.2, della DIR 2005/29/CE.

vantaggio per il consumatore, caratteristiche considerate pratica comune nel mercato rilevante (lett. e)²⁴.

Da tale angolo visuale, si presentano di elevato interesse i “*Principi*” contenuti nel *Green Claims Code* inglese del 2021²⁵. Si tratta, più in particolare, di sei fondamentali principi generali dettati per raggiungere l’obiettivo di aiutare le imprese inglesi a non incorrere nella normativa sulle pratiche commerciali sleali attraverso i loro (*green claims*). In primo luogo, infatti, le dichiarazioni sull’impegno utilizzate dal professionista devono essere *veritiere* ed *accurate* (principio 3, lett. a) ed essere, quindi, in grado di informare il consumatore senza dargli, al contempo, l’impressione che un prodotto, servizio, processo, marchio o attività sia sostenibile quando ciò non corrisponda al vero²⁶. Come nella proposta della Commissione di modifica della direttiva del 2005, inoltre, tra i principi inglesi si rinviene quello secondo il quale il professionista non deve suggerire che i propri prodotti, servizi, processi, marchi o attività offrano delle peculiarità che già sono, in realtà, caratteristiche *standard* degli stessi²⁷. Del pari, se la caratteristica ambientale non si riferisce all’intero prodotto ma a specifici aspetti di esso, l’onere informativo del professionista si amplia notevolmente dal momento che è tenuto a spiegare chiaramente, o rendere comunque evidente, al consumatore tale specifica circostanza²⁸. Tuttavia, una significativa differenza è da rilevare rispetto al contenuto della proposta europea poiché, secondo i principi inglesi, sebbene la dichiarazione ambientale ben possa riguardare anche solo uno specifico aspetto del prodotto, anche se veritiera, tuttavia, il consumatore potrebbe comunque essere tratto in inganno in considerazione dei restanti impatti negativi significativi del prodotto ovvero se quel beneficio (pur selettivo) comporta ulteriori costi ambientali significativi²⁹.

24 Il considerando n.5 della proposta, in via esemplificativa, rileva che l’assenza di una sostanza chimica in un prodotto che già costituisce pratica comune nel mercato non potrà essere oggetto di promozione in quanto tratto distintivo dello stesso, pena l’integrazione di una pratica commerciale sleale. A ciò si aggiungono, inoltre, undici nuove definizioni contenute nell’art.2 della direttiva 2005/29/CE, tra le quali assumono interesse quella contenuta nella lett. o) “*dichiarazione ambientale*” intesa come «*una comunicazione commerciale, messaggio o dichiarazione avente carattere non obbligatorio a norma del diritto dell’Unione o del diritto nazionale, compresi testi e rappresentazioni figurative, grafiche o simboliche, in qualsiasi forma, tra cui marchi, nomi di marche, nomi di società o nomi di prodotti, che asserisce o implica che un dato prodotto o professionista ha un impatto positivo o nullo sull’ambiente oppure è meno dannoso per l’ambiente rispetto ad altri prodotti o professionisti oppure ha migliorato il proprio impatto nel corso del tempo*».

25 *Competition and Market Authority, CMA guidance on environmental claims on goods and services. Helping businesses comply with their consumer protection law obligations*, cit. nota n.6. Secondo quanto si legge nei principi, infatti: «*The principles work together. In some places they overlap. More than one, perhaps all of them, may apply to a particular claim. Businesses should take all of the principles into account. Environmental claims are less likely to mislead consumers where businesses follow all the principles that apply*».

26 A tal fine, nei principi, si veda il punto 3.9. secondo il quale: «*Terms like ‘green’, ‘sustainable’ or ‘eco-friendly,’ especially if used without explanation, are likely to be seen as suggesting that a product, service, process, brand or business as a whole has a positive environmental impact, or at least no adverse impact. Unless a business can prove that, it risks falling short of its legal obligations*». Inoltre, secondo quanto si legge nel successivo principio n.3.24 le imprese dovrebbero disporre di prove evidenti che i loro prodotti, servizi, marchi, processi e attività non hanno un impatto negativo o hanno un impatto positivo sull’ambiente. La mancanza di dette prove, infatti, rende molto probabile il successivo impiego di *claims* ambientali ingannevoli a danno dei consumatori.

27 Sul punto, si veda il paragrafo 3.12 del *Green Claims Code*, cit. nota n.6.

28 In argomento paragrafo n.3.16 del *Green Claims Code*, cit. nota n.6.

Come nella proposta di modifica della direttiva, inoltre, anche per i principi inglesi le dichiarazioni ambientali devono essere formulate in modo chiaro e non ambiguo (principio 3, lett. b). Sotto tale profilo, infatti, si ritiene che le *dichiarazioni generiche e/o vaghe* abbiano una maggiore probabilità di essere considerate fuorvianti per i consumatori confondendoli cioè in modo da impedirgli l'assunzione di scelte commerciali pienamente informate³⁰. A ciò si aggiunga poi come, secondo i richiamati principi inglesi, se la dichiarazione ambientale riguarda benefici solo *futuri*, l'impresa dovrebbe essere in grado di dimostrare di avere altresì intrapreso una strategia chiara e verificabile per realizzarli³¹. Come nella proposta di direttiva europea, infatti, espressioni altamente generiche come "eco", "rispettoso dell'ambiente", "sostenibile", "ecologico", "biodegradabile" o "riciclabile" corrono il rischio di creare l'impressione che, tutto considerato, il prodotto venduto abbia un impatto minimo o inesistente sull'ambiente³².

Ancora, la dichiarazione ambientale non deve *omettere* o *nascondere* informazioni importanti (principio 3, lett. c). Il professionista, infatti, è tenuto a fornire al consumatore [tutte] le informazioni necessarie per compiere scelte di consumo consapevoli³³. Problema che si presenta soprattutto con riguardo alle dichiarazioni aventi ad oggetto gli obiettivi in materia di neutralità carbonica delle imprese, come l'azzeramento delle (sue) emissioni ad effetto serra in atmosfera³⁴. Anche il *Green claims code* contiene poi specifiche prescrizioni sulle dichiarazioni ambientali comparative (v. lett.e)³⁵. Secondo l'Autorità garante della concorrenza e mercato inglese, si tratta di *claims* che devono essere comprovati (lett. f), nel senso che le imprese devono disporre di prove - ad esempio, scientifiche - a sostegno delle dichiarazioni ambientali di tal fatta³⁶. A margine della proposta di modifica della normativa europea e dell'esperienza inglese, significativo interesse è poi da attribuire alla recente approvazione della *Loi Climat et Résilience* francese nell'ambito dell'articolata ed ambiziosa

29 Sul punto, paragrafo n.3.17 che fa l'esempio di un indumento venduto come biologico ma che, per la sua produzione, presenta un fortissimo impatto sull'ambiente dal momento che necessita di rilevante quantità di risorse idriche.

30 Si veda il paragrafo 3.49 *Green Claims Code*, cit. nota n.6. Ed infatti, secondo il successivo principio 3.52. «(...) *Scientific or technical language should be avoided unless it is easily understood by the average consumer*». Ed ancora: «*Key words should be defined, unless their meaning is clear and widely understood by consumers. Terms with multiple meanings should also be explained to ensure they are not misinterpreted*», così il paragrafo 3.52. del *Green Claims Code*.

31 Auspicando una divisione tra obiettivi ambientali dell'impresa e obiettivi specifici dei suoi prodotti.

32 Ad esempio, secondo quanto si legge nei principi: «(...) *it must also be clear whether claims about product recyclability relate to the whole product, including its packaging, or part of it. Instructions on how to recycle the product should be provided*».

33 A norma del paragrafo 3.67. dei principi, infatti, «(...) *For many products, services, brands and businesses, the impact on the environment will be affected by things like: the provenance and sourcing of materials; the production processes and practices employed; and the packaging, transportation, use and disposal of products*».

34 In tale contesto, le imprese dovrebbero fornire indicazioni chiare sul modo in cui stanno attivamente contribuendo alla riduzione delle emissioni generate o alla loro compensazione, fornendo altresì «(...) *information about any scheme they are using (which should be based on recognised standards and measurements, capable of objective verification)*», cfr. paragrafo 3.73.

35 Si vedano, al riguardo, i paragrafi da 3.97 a 3.107.

36 Sul punto, si veda in particolare il paragrafo 3.125 per il quale «*Businesses should therefore be able to back up their claims. They should hold robust, credible, relevant and up to date evidence that supports them. Where they compare their products or activities to one or more competitor's, that evidence should cover all of them*».

agenda politica nazionale in materia climatica³⁷. Più nel dettaglio, aggiungendo una nuova sottosezione nel Libro V del *Code de l'environnement*, si prevede oggi l'obbligo³⁸ della c.d. "étiquette environnementale", ovvero il diritto dei consumatori di ricevere informazioni sull'impatto ambientale dei beni e servizi, mediante marcatura od etichettatura del prodotto. Si tratta, più nel dettaglio, di informazioni che, "(...) de façon fiable et facilement compréhensible pour le consommateur" (i.e. in modo affidabile e facilmente comprensibile al consumatore) siano in grado di mostrare al consumatore stesso l'impatto ambientale dei prodotti e servizi nel loro intero ciclo di vita, tenendo conto, in particolare, delle emissioni ad effetto serra, dei danni alla biodiversità o del consumo di acqua e di altre risorse naturali e di ogni esternalità negativa ambientale del processo produttivo, in modo scientifico³⁹.

Significativa è poi la modifica del Libro II del Codice in materia di pubblicità dove è oggi inserita una nuova Sezione IX "Allégations environnementales" nell'ambito del Capitolo IX. Si prevede, infatti, nell'ambito di un annuncio pubblicitario, il divieto di dichiarare che il prodotto o servizio sia neutrale da un punto di vista delle emissioni di anidride carbonica in atmosfera nonché l'impiego di ogni altra dicitura dal contenuto simile, a meno che l'impresa non sia altrimenti in grado di comprovare prontamente al pubblico tali dichiarazioni⁴⁰.

Infine, la *Loi Climat et Résilience* ha modificato altresì l'art. L121-2 del Codice di consumo francese in materia di pratiche commerciali ingannevoli qualificando, come tale, anche la pratica commerciale basata su un'affermazione, indicazione o presentazione falsa o fuorviante relativa (tra gli altri elementi) alle proprietà e all'uso atteso di un bene, in particolare, del suo *impatto ambientale*. Introducendo, al contempo, un significativo inasprimento sanzionatorio pari all'80% delle spese sostenute per la realizzazione della pubblicità o della pratica che costituisce l'illecito proprio nel caso in cui la pratica ingannevole si basi su una dichiarazione ambientale non veritiera.⁴¹

37 *Cit. nota n.7*. Sebbene le resistenze incontrate da parte di talune associazioni ambientaliste francesi, si tratta indubbiamente di una legge dal contenuto davvero inedito ed originale nel panorama mondiale; come del resto lo stesso *iter* legislativo seguito, che trova origine in una delle numerose proposte formulate dagli stessi cittadini francesi coinvolti nella *Convention citoyenne pour le climat*, attraverso una alquanto originale forma di democrazia partecipativa e diretta dei cittadini francesi nell'ambito del processo di transizione climatica e della sostenibilità ambientale. Per un approfondimento, sul punto, si veda L. COLELLA, *La "transizione ecologica" nella Loi climat et Résilience in Francia. Brevi note introduttive*, in *Amministrazione e contabilità dello Stato e degli enti pubblici*, 27.09.2021. In materia di politiche di transizione e cambiamento climatico nell'ordinamento francese si veda anche L.M. PEPE, *La tutela della biodiversità in Francia tra cambiamento climatico e politiche di transizione*, in *Rivista Giuridica Ambiente Diritto*, 1, 2022.

38 Secondo le modalità indicate in un decreto a norma dell'art. L. 541-9-12 anche tenendo conto della natura dei beni e servizi nonché delle dimensioni delle imprese e dei volumi d'affari che la interessano.

39 Il riferimento è all'art.L.541-9-11 rubricato "Affichage de l'impact environnemental des biens et services".

40 In particolare, a norma dell'art.L. 229-68. - I, l'impresa è tenuta a rendere disponibile: «(...) 1o Un bilan d'émissions de gaz à effet de serre intégrant les émissions directes et indirectes du produit ou du service; «2o La démarche grâce à laquelle les émissions de gaz à effet de serre du produit ou du service sont prioritairement évitées, puis réduites et enfin compensées. La trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre est décrite à l'aide d'objectifs de progrès annuels quantifiés; «3o Les modalités de compensation des émissions de gaz à effet de serre résiduelles respectant des standards minimaux définis par décret».

41 A norma del nuovo articolo L. 132-2 del Codice del consumo francese, infatti, le pratiche commerciali ingannevoli sono punite con due anni di reclusione e con una multa di trecento mila euro. Tale importo, tuttavia, può essere aumentato, proprio in ragione dei benefici che l'impresa riceve dall'illecito, entro una soglia del 10%

4. L'antefatto alla base del rinvio pregiudiziale intorno al fenomeno Dieselgate.

La Corte di Giustizia, in Grande Sezione, con tre pronunce del 14 luglio 2022 inaugura l'ultima *stagione* della vicenda *Dieselgate*⁴², il cui antefatto - sinteticamente consistente nella manipolazione di motori diesel finalizzata ad occultare inefficienze nella riduzione delle emissioni di agenti inquinanti - fornisce un emblematico esempio di pratica commerciale riconducibile al multiforme fenomeno del *greenwashing*⁴³. Le tre sentenze, rese per le cause C-134/2020, C-145/20 e C-128/20, muovono dal medesimo caso ed approdano a conclusioni identiche⁴⁴, con la conseguenza che, per semplicità, appare opportuno procedere con una trattazione unitaria del tema, prendendo come modello la causa C-145/20, rispetto alla quale si registra uno sviluppo ulteriore in punto di *private enforcement*.

Il rinvio pregiudiziale in commento è occasionato dalla richiesta - avanzata al *Landesgericht Linz* da un consumatore austriaco contro il gruppo Volkswagen - di risolvere il contratto di compravendita, e, in subordine, di ridurre del prezzo del veicolo e, in ulteriore subordine, di dichiarare la responsabilità della Volkswagen per i danni derivanti dalla presenza di un impianto di manipolazione (c.d. *defeat device*) illecito nell'accezione dell'articolo 5, paragrafo 2, del Reg. (UE) n. 715/2007. Il giudice di primo e di secondo grado, tuttavia, respingevano la pretesa attorea, ritenendo sufficiente a riparare il difetto l'aggiornamento del software governante il funzionamento di detto dispositivo (v. *infra*). Di qui il ricorso, da parte del consumatore, dinnanzi alla Corte Suprema Austriaca, la quale,

del fatturato medio annuo, calcolato sulla base degli ultimi tre fatturati annui noti alla data dell'illecito, o al 50% delle spese sostenute per la realizzazione della pubblicità o della pratica che costituisce l'illecito.

42 La dottrina, in materia di *Dieselgate*, è vasta: G.F. SIMONINI, *Verso una concezione oggettiva (e tecnica) del difetto di conformità dei beni di consumo*, in *Danno e resp.*, 2022, I, 64; l'Autore approfondisce, appunto, la vicenda che ha occasionato le pronunce della Grande Sezione. N. BRUTTI, *Le regole dell'informazione ambientale, tra pubblico e privato*, in *Diritto dell'informazione e dell'informatica*, 2022, III, 617 ss.; F. BERTELLI, *I green claims tra diritti del consumatore e tutela della concorrenza*, in *Contr. impr.*, 2021, I, 289 ss.; ID. *Dealing with the dieselgate scandal in the us and eu*. *Italian Law Journal*, 2021, VII, 619 ss.; I. GARACI, *Il Dieselgate. Riflessioni sul private e public enforcement nella disciplina delle pratiche commerciali scorrette*, in *Riv. dir. ind.*, 2018, II, 61 ss.; M. FRIGESSI DI RATTALMA (a cura di), *The Dieselgate: A Legal Perspective*, Springer, 2017; J. M. Carvalho e K. NEMETH, "*Dieselgate*" and Consumer Law: *Repercussions of the Volkswagen scandal in the European Union*, in *Journal of European Consumer and Market*, 2017, Vol. VI, fasc. 1, 35 ss.; diversi numeri della rivista *Journal of European Consumer and Market* sono dedicati al tema al fine di evidenziare le ripercussioni del *Dieselgate* nei vari Stati membri; con particolare riferimento all'ordinamento italiano, si veda P. FABBIO, *Dieselgate and Consumer Law: Repercussions of the Volkswagen Scandal in Italy*. *J. Eur. Consumer & Mkt. L.*, 2017, VI, 94 ss.; E. CAMILLERI, *Qualità pubblicizzate e affidamento del consumatore. Spunti per il caso Dieselgate?*, in *Nuova giur. civ. comm.*, 2016, V, 707 ss.

43 Per un tentativo di definizione dei confini dell'ampio concetto di *greenwashing*, si veda A. PISTILLI, *Il greenwashing tra pubblicità ingannevole e pratica commerciale scorretta: quando può dirsi atto di concorrenza sleale?*, in *Dir. industriale*, 2022, IV, 381 ss.; A. QUARANTA, *La retorica green e le comunicazioni ingannevoli: il greenwashing per la prima volta al vaglio del giudice di merito*, in *Ambiente & Sviluppo*, 2022, VI, 403 ss., in particolare, a pag. 404, l'Autore fornisce una definizione del fenomeno riconducendolo alla «*forma di pubblicità ingannevole che le aziende utilizzano con il solo scopo di trarre un beneficio economico, senza però fare realmente nulla di concreto nei confronti della tutela ambientale. Si tratta di un fenomeno che affligge diversi settori produttivi (energia, edilizia, tessile solo per citare esempi eclatanti), che hanno in comune l'esistenza, nelle proprie platee di consumatori, di una concreta e reale propensione all'acquisto specificamente rivolta a prodotti e servizi a marchio green, e che certamente per gli operatori economici rappresenta una profitevole opportunità di business*».

44 Gli evidenti nessi tra le tre fattispecie hanno spinto l'Avvocato Generale a presentare conclusioni comuni.

nella veste di giudice del rinvio, decide di investire della questione la Corte di Giustizia. Segnatamente la Corte Suprema Austriaca ritiene che, anche dopo il suddetto aggiornamento, il veicolo in questione sia affetto da un difetto di conformità ai sensi della direttiva 1999/44/CE, dal momento che il sistema di commutazione costituisce un *defeat device* vietato dall'art. 5, paragrafo 2, del Reg. (UE) n. 175/2017. La Corte di Giustizia, in virtù delle competenze ad essa conferite dall'art. 267 TFUE, è chiamata, allora, a fornire l'interpretazione, principalmente, di due norme euro-unitarie: il Reg. (UE) n. 715/2007 relativo all'omologazione dei veicoli a motore riguardo alle emissioni e la Direttiva 1999/44/CE⁴⁵ in materia di difetti di conformità dei beni di consumo compravenduti. In particolare, l'azione consumeristica muove dalla discrasia tra la politica *environmental-oriented* pubblicizzata ed il reale impatto ambientale di un motore che, sebbene rientrante nella Classe Euro 5, è, in verità, irrispettoso degli standard anti-inquinamento fissati a livello europeo. Siffatta alterazione delle concrete emissioni nocive del veicolo è affidata alla predisposizione di un software in grado di ridurre il ricircolo dei gas inquinanti (e proporzionalmente anche l'efficienza in termini di sostenibilità ambientale del veicolo), in funzione della temperatura e dell'altitudine rilevate.

Preliminare all'approfondimento della fattispecie concreta è l'analisi della cornice normativa di riferimento, al fine di cogliere *ictu oculi* il disallineamento tra la condotta della casa automobilistica e gli obblighi di legge.

La crescente sensibilità in ordine alle tematiche ambientali⁴⁶, testimoniata anche dalla torsione della scelta consumeristica verso prodotti e servizi eco-compatibili, ha spinto il legislatore europeo ad accelerare la transizione sostenibile, vincolando i costruttori di veicoli al rispetto di rigidi parametri antinquinanti. In questo quadro di implementazione di pratiche virtuose nasce il Reg. (UE) n. 715/2007 che, allo scopo di garantire elevati livelli di tutela dell'ambiente migliorando la qualità dell'aria per mezzo della diminuzione dei valori di inquinamento, si prefigge di ridurre notevolmente le emissioni di ossido di azoto provocate dai veicoli con motore diesel. A tal fine, l'art. 4, ai paragrafi 1 e 2, obbliga i costruttori a dimostrare che tutti i nuovi veicoli e dispositivi di ricambio di controllo dell'inquinamento siano stati omologati conformemente alle disposizioni europee in materia di emissioni. Nella medesima direzione, l'art. 5, paragrafo 1, prevede che il costruttore produca i veicoli in modo che progetto, costruzione e assemblaggio delle componenti che influiscono sulle emissioni permettano al veicolo di soddisfare i parametri fissati a livello europeo. In maniera significativa, l'art. 5 prosegue al paragrafo 2 vietando ogni utilizzo fraudolento⁴⁷ degli «impianti di manipolazione», intendendosi per tali, ai sensi dell'art. 3,

45 La Direttiva 1999/44/CE è stata, da ultimo, abrogata dalla Direttiva 2019/771/UE relativa a determinati aspetti dei contratti di vendita di beni. Tuttavia, trattandosi di fatti anteriori all'entrata in vigore della nuova direttiva, al caso di specie continua ad applicarsi la Direttiva 1999/44/CE.

46 Tali conclusioni sono confortate anche dai dati *supra* riportati al paragrafo 1.

47 Al di fuori degli usi strumentali a falsificare il sistema di controllo delle emissioni, gli impianti di manipolazione sono leciti ogniqualvolta si rendano necessari a proteggere il motore da danni o avarie e a garantire la sicurezza dei veicoli, ovvero quando l'impianto cessa di funzionare dopo l'avvio del motore, oppure, infine, quando le condizioni sono in sostanza comprese nelle procedure di prova a verifica delle emissioni per evaporazione e delle emissioni medie dallo scarico. I suddetti casi eccezionali rispetto ai limiti dell'uso di impianti di manipolazione sono elencati alle lett. a), b) e c) del paragrafo 2 dell'art. 5.

paragrafo 10, gli elementi che siano in grado, a seguito del rilevamento di determinati parametri⁴⁸, di attivare, modulare, ritardare o disattivare il funzionamento di una qualsiasi parte del sistema di controllo delle emissioni. In altre parole, il Reg. (UE) n. 715/2007 subordina l'omologazione dei veicoli a motore al rispetto dei parametri europei in materia di emissioni di ossido di azoto, allo scopo di implementare gli obiettivi euro-unitari relativi al miglioramento della qualità dell'aria e alla riduzione dei livelli di inquinamento; a tale scopo il legislatore europeo vieta, altresì, ogni condotta manipolativa del costruttore finalizzata, per mezzo del rilevamento di specifici indicatori, all'alterazione dell'efficacia del sistema di controllo delle suddette emissioni.

In questa intelaiatura normativa di matrice europea si sviluppa l'antefatto che ha innescato il rinvio pregiudiziale: il riferimento è alla manipolazione, da parte di alcune case automobilistiche, dei veicoli diesel per mezzo dell'inserimento di particolari dispositivi nella centralina del motore, con l'unico scopo di falsare i test di laboratorio relativi alle reali emissioni di ossido di azoto. Ai fini della nostra analisi preme sinteticamente sottolineare che il veicolo di cui trattasi è dotato di un dispositivo interno di riduzione delle emissioni composto da una valvola per il ricircolo dei gas di scarico (la c.d. «*valvola EGR*») e da un software che, integrato nella centralina di controllo del motore, contribuisce al funzionamento dell'intero sistema di ricircolo dei gas di scarico (il c.d. «*sistema di commutazione*»). Le due componenti sono strettamente collegate tra loro, posto che «*l'efficacia del disinquinamento è legata all'apertura della valvola EGR, che è [a sua volta] comandata dal software summenzionato*»⁴⁹. Tale software, in particolare, permette il funzionamento del sistema di commutazione secondo due modalità: la modalità 0, connessa ad una percentuale di ricircolo dei gas ridotta, e la modalità 1, legata ad una percentuale di ricircolo euro-compatibile. Segnatamente, la modalità 1 si attiva (solo) al momento del test di omologazione relativo alle emissioni inquinanti effettuato in laboratorio; in condizioni normali di uso su strada, il veicolo circola, invece, quasi sempre in modalità 0, con la conseguenza che, a fronte della diminuzione del ricircolo associata a tale seconda modalità, detta autovettura risulta irrispettosa dei limiti di emissione di ossido di azoto previsti dal Reg. (UE) n. 715/2007. In altre parole, la manipolazione del sistema di controllo delle emissioni sarebbe stata realizzata mediante un *defeat device* capace di influenzare, opportunisticamente, il ricircolo dei gas di scarico mediante l'alterazione del funzionamento della «*valvola EGR*», rendendo, conseguentemente, il veicolo non conforme ai limiti europei sulle emissioni di gas inquinanti ogniquale volta esso sia utilizzato su strada. La condotta fraudolenta è subito evidente: il software di gestione della *valvola EGR* è stato inserito con il precipuo obiettivo di falsare i risultati dei controlli sulle emissioni di gas inquinanti, quali l'ossido di azoto, mediante la sua capacità, da un lato, di rilevare se l'automobile sia su strada o sui rulli del laboratorio e, dall'altro, di garantire il rispetto dei vincoli di legge solo in quest'ultimo caso.

Sulla scia del clamore mediatico che aveva, nel frattempo, avvolto la vicenda anche oltre i confini europei, la casa automobilistica, su indicazione del *Krafthart-Bundesamt* (di seguito: *KBA*), ossia l'Ufficio federale competente in materia di omologazione, tenta di ripristinare la

⁴⁸ Tra questi parametri la norma richiama la temperatura, la velocità del veicolo, la velocità del motore (RPM), la marcia innestata, la depressione del collettore.

⁴⁹ Così si esprime la Corte di Giustizia al paragrafo 41 della pronuncia resa per la causa C-134/20.

conformità del veicolo mediante la diffusione di un aggiornamento del software deputato al funzionamento intermittente del *defeat device*. Tale modifica tecnica, che avrebbe dovuto «riparare»⁵⁰ il veicolo rendendolo conforme agli standard europei, in realtà, si è risolta in un'impostazione della *valvola EGR* tale per cui quest'ultima funziona in regime eco-compatibile solo all'interno di un preciso «intervallo termico»⁵¹. Ne deriva che, al di fuori di determinati parametri di temperatura e altitudine, la percentuale di ricircolo dei gas di scarico si riduce nuovamente e linearmente a 0, determinando la violazione dei limiti delle emissioni stabiliti dal Reg. (UE) n. 715/2007.

Il giudice del rinvio, scarsamente persuaso della liceità di siffatto dispositivo interno di riduzione delle emissioni connotato, anche dopo l'aggiornamento, da un funzionamento ad *euro-compatibilità intermittente*, sospende il giudizio e rimette la questione alla Corte di Giustizia, la quale è chiamata a chiarire se l'impianto che garantisce il rispetto dei valori limite di emissione europei solo nell'intervallo termico sia una soluzione tecnica conforme al diritto europeo⁵².

5. L'eco-incompatibilità come difetto di conformità «non minore» nella giurisprudenza della Corte di Giustizia.

Quattro, in estrema sintesi, i quesiti, avvinti tra loro da un rapporto di consequenzialità, sottoposti alla Corte di Giustizia nelle tre cause in esame: *un software in grado di interagire con le emissioni di gas inquinanti in virtù dell'intervallo termico è un impianto di manipolazione ai sensi dell'art. 3, punto 10, del Reg. (UE) n. 715/2017? Se si tratta di impianto di manipolazione, tale software è vietato oppure è riconducibile ad una delle ipotesi eccezionali dell'art. 5, paragrafo 2, del Reg. (UE) n. 715/2007? Se si tratta di impianto di manipolazione illecito, perché non rispondente ad alcuna delle cause giustificative del citato art. 5, par. 2, tale software integra un difetto di conformità di cui alla Direttiva 1999/44/CE? Se tale software integra un difetto di conformità, siffatto non conformità è minore o significativa ex art. 3, par. 6, della Direttiva 1999/44/CE?*

Volendo procedere nell'ordine delle questioni presentate alla Corte di Giustizia, noteremo che quest'ultima conclude, alla luce di una serie di valutazioni tecniche che esulano dalla nostra indagine, che il software di cui trattasi è effettivamente un impianto di manipolazione di cui all'art. 3 del Reg. in esame, in forza della sua capacità di agire sul funzionamento del sistema di controllo delle emissioni riducendone l'efficacia in condizioni (di temperatura e altitudine) ricorrenti durante il normale funzionamento ed uso del veicolo⁵³.

50 Si tratterebbe di una vera e propria riparazione realizzata ai sensi dell'art. 3, paragrafo 2, della Direttiva 1999/44/CE, quale prima modalità di intervento del venditore al fine di ristorare la lesione dell'interesse dell'acquirente alla conformità del bene.

51 Segnatamente, la temperatura esterna si deve collocare tra i 15 e 33 gradi Celsius e deve abbinarsi ad un'altitudine inferiore ai 1.000 metri. Per la verità, il Gruppo automobilistico sostiene che a rilevare non sia la temperatura esterna ma la temperatura dell'aria di aspirazione del motore, in media inferiore di 5 gradi Celsius rispetto alla temperatura dell'ambiente.

52 Da notarsi che il quesito si mostra con tutta la sua incisività rispetto a quelle zone, come l'Austria, in cui le temperature si collocano, per la maggior parte dell'anno, al di sotto dei 15 gradi Celsius: rispetto a queste aree, infatti, la conformità dell'intervallo termico porterebbe a concludere per la liceità di un dispositivo di riduzione delle emissioni che quasi mai garantisce il funzionamento del veicolo con modalità a basse emissioni.

53 La menzionata normalità deve essere parametrata, secondo la Corte, all'utilizzo del veicolo in condizioni di guida normali e non all'utilizzo nelle (diverse) condizioni previste per il test di omologazione. La Corte, al

Affermata la natura manipolativa del software, la Corte di Giustizia si interroga sulla riconducibilità di tale sistema nell'insieme di quelli vietati dall'art. 5, domandandosi se esso possa sfuggire ai caratteri dell'illiceità in virtù della sussistenza dell'eccezione di cui al paragrafo 2 lett. a) dell'art. 5. La lett. a), infatti, permette il ricorso ai soli impianti di manipolazione giustificati dall'esigenza di proteggere il motore da danni o avarie: con un'espressione riassuntiva, sono, quindi, ammessi quei soli *defeat device* utili a garantire un funzionamento sicuro dei veicoli. Sul punto, la Corte di Giustizia abbraccia un'interpretazione restrittiva del concetto di «danno» e «avarie»; espressioni che, in quanto connotate da eccezionalità, devono cogliere nel proprio (ristretto) spettro applicativo soltanto le ipotesi di danni o avarie al motore che, altresì, generino un pericolo concreto in fase di guida del veicolo⁵⁴. La fattispecie eccezzuativa, allora, non è suscettibile di estensione analogica ai casi di impianti di manipolazione volti semplicemente a rallentare l'invecchiamento del motore o la formazione di incrostazioni. D'altronde, a prescindere dal reale impatto performativo sul motore provocato da tale intervallo, non sarebbe ragionevole un sacrificio dell'efficienza ambientale del veicolo per la maggior parte dell'anno⁵⁵: una simile conclusione sarebbe in palese contraddizione con la *ratio* del Reg. (UE) n. 715/2007 attenta a garantire un *elevato* livello di tutela dell'ambiente. In maniera incisiva, la Corte di Giustizia non rinuncia ad affermare l'illiceità di siffatto impianto di manipolazione neanche di fronte agli elevati costi di ricerca o alle spese, comparativamente più onerose, che l'acquirente potrebbe dover affrontare per le operazioni di manutenzione dei veicoli dotati di impianti funzionanti anche oltre l'intervallo tecnico. La tutela ambientale, allora, non retrocede neanche al cospetto dei significativi sacrifici economici dei privati, tanto nella veste delle imprese costruttrici tanto nella veste di consumatori.

Dopo aver asserito l'illiceità dell'impianto di manipolazione in esame ai sensi e per gli effetti dell'art. 5, par. 2, del Reg. (UE) n. 715/2007, un ultimo quesito residua: *la presenza nel motore diesel di tale software vietato integra un difetto di conformità tale da provocare specifici rimedi contenuti nella Direttiva 1999/44/CE?* Posto che il bene è idoneo all'uso al quale servono

paragrafo 51, prosegue affermando che «è pacifico che temperature ambiente inferiori a 15 °Celsius, così come la guida su strade ad altitudini superiori a 1 000 metri, siano abituali nel territorio dell'Unione».

54 Cfr. paragrafo 68 della sentenza per la causa C-134/20: «Solo i rischi immediati di danni o avarie al motore che generano un pericolo concreto al momento della guida di un veicolo sono pertanto tali da giustificare l'utilizzo di un impianto di manipolazione, ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 2, lettera a), del regolamento n. 715/2007». Allo stesso modo, si esprime, al paragrafo 108 delle proprie conclusioni, l'Avvocato Generale, il quale, inoltre, al paragrafo 125, fornisce anche un'esemplificazione di tale ipotesi di pericolo immediato nel malfunzionamento della valvola EGR con «conseguenze improvvise sul funzionamento del motore stesso, senza che una manutenzione regolare e adeguata del veicolo possa prevenire tali conseguenze».

55 Il riferimento alla «maggior parte dell'anno» si spiega, come notato anche dall'Avvocato Generale a partire dal paragrafo 97, alla luce delle condizioni climatiche e orografiche europee: è verosimile, infatti, che per molti mesi dell'anno, la temperatura sarà inferiore ai 15 gradi Celsius e l'altitudine sarà, a sua volta, superiore ai 1000 metri. Così, al paragrafo 103, l'Avvocato Generale afferma che: «Alla luce di quanto precede, ritengo che i valori di temperatura e di altitudine utilizzati nell'ambito dell'intervallo termico non rappresentino un «uso normale», ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 1, del regolamento n. 715/2007, per i veicoli a motore nell'Unione. In altre parole, il software di cui trattasi riduce l'efficacia del sistema di controllo delle emissioni in «modi che è lecito attendersi durante il normale funzionamento e il normale uso del veicolo», con la conseguenza che esso costituisce un «impianto di manipolazione», ai sensi dell'articolo 3, punto 10, di tale regolamento».

abituamente beni dello stesso tipo⁵⁶ e che, quindi, non è possibile sfruttare la lett. c) dell'art. 2, par. 2, della Direttiva 1999/44/CE, la strada da intraprendere per giustificare il ricorso ai rimedi di conformità deve essere un'altra. Sul punto è già il giudice del rinvio ad indicare la soluzione, chiedendosi se il veicolo, dotato di un *defeat device* non conforme alle norme europee perché scarsamente performativo sotto il profilo della sostenibilità ambientale, sia caratterizzato da quelle qualità (nel caso di specie) *environmental-oriented* che abitualmente ineriscono un bene dello stesso tipo e che il consumatore *medio*, dunque, può ragionevolmente aspettarsi ai sensi dell'art. 2, par. 2, lett. d), della Direttiva 1999/44/CE. La lett. d) prosegue affermando che l'aspettativa del consumatore rispetto a determinate caratteristiche del bene può anche essere alimentata dalle «dichiarazioni pubbliche sulle caratteristiche specifiche dei beni fatte al riguardo dal venditore, dal produttore o dal suo rappresentante, in particolare nella pubblicità o sull'etichettatura». Come vedremo meglio *infra*, in numerose occasioni il Gruppo Volkswagen ha contribuito, mediante numerosi *green claims* e la diffusione di un Codice Etico apertamente sensibile alle tematiche ambientali, ad ingenerare nel consumatore il convincimento sul notevolmente basso impatto ambientale dei veicoli in commercio. Di qui il legittimo affidamento dell'acquirente rispetto all'utilizzo di un veicolo, rispettoso *almeno* delle prescrizioni minime in materia di emissioni di gas inquinanti, con conseguente lesione di siffatta aspettativa nel momento in cui emerge l'alterazione della valvola preposta all'abbattimento degli agenti nocivi. A ciò si aggiunga che il rilascio dell'omologazione - il cui mancato ritiro non è ritenuto dalla Corte decisivo ai fini della controversia⁵⁷ - gioca un duplice ruolo: da un lato, persuade il consumatore circa le caratteristiche ecologiche del bene⁵⁸; dall'altro, esclude in radice la rilevanza, agli effetti dell'art. 2, par. 3, della Direttiva 1999/44/CE, di una possibile conoscenza del difetto da parte del consumatore, posto che nemmeno l'ente competente all'omologazione ne era completamente conscio⁵⁹. Ne deriva che un consumatore, al momento dell'acquisto di un veicolo omologato per la classe Euro 5, la quale garantisce un determinato livello di ecosostenibilità, si aspetta ragionevolmente che il veicolo sia conforme ai parametri di cui al Reg. (UE) n. 715/2007 e ciò in forza non solo della natura del bene ma anche dei fuorvianti messaggi pubblicitari trasmessi dal venditore. L'omologazione (ed il suo mancato ritiro) non

56 Il veicolo, infatti, non presenta alcun difetto in termini di circolazione su strada, permettendo, dunque, il corretto svolgimento delle normali funzioni cui un'automobile è adibita.

57 In più punti, infatti, la Corte di Giustizia conclude per l'irrelevanza, ai fini dell'illiceità dell'impianto di manipolazione, della previa omologazione, la cui persistenza è confermata dal mancato ritiro da parte dell'ente preposto. Si rinvia, in particolare, ai paragrafi dedicati all'analisi della prima questione pregiudiziale di cui alla pronuncia per la causa C-145/20.

58 D'altronde il sistema di omologazione tende proprio a certificare tali caratteristiche. Sul ruolo dei sistemi di standardizzazione e certificazione come strumenti di concretizzazione del concetto di *sostenibilità*, si veda S. THOBANI, *Pratiche commerciali scorrette e sostenibilità: alla ricerca di un significato*, in *Pers. merc.*, 2022, III, 423 ss.

59 Nella sentenza per la causa C-145/20 si legge, infatti, che «dalla decisione del giudice di rinvio risulta che il tipo di veicolo di cui trattasi [...] è stato originariamente omologato dal KBA senza che a quest'ultimo fosse stata rilevata la presenza del sistema di commutazione. Inoltre, da tale decisione risulta che se il KBA fosse stato a conoscenza di tale sistema, esso non avrebbe omologato questo tipo di veicolo». Tuttavia, non è sempre chiara la reale consapevolezza del KBA: al paragrafo 25 della sentenza sulla causa C-134/20 si legge, infatti, che tale ente aveva rilasciato l'autorizzazione per una modifica tecnica, vale a dire l'aggiornamento del software, senza revocare l'omologazione e concludendo per l'assenza di un impianto di manipolazione vietato.

rappresenta, dunque, un ostacolo all'integrazione del difetto di conformità posto che è essa stessa a confermare le qualità abituali del bene certificandone l'appartenenza ad una data classe.

Sciolto positivamente il quesito sull'integrazione di un vero e proprio difetto di conformità discendente dalla presenza di un impianto di manipolazione vietato *ex art. 5, par. 2, Reg. (UE) n. 715/2007* idoneo a distorcere le potenzialità ecologiche ragionevolmente attribuibili al veicolo, un ultimo spunto di analisi attiene all'esatta gradazione dell'intensità di tale difetto. Il giudice del rinvio domanda, in particolare, se tale difetto debba essere ritenuto minore e, dunque, legittimante la sola tutela manutentiva o *quanti minoris* oppure se esso assurga ad una gravità sufficiente da attivare, nel rispetto della gerarchia dei rimedi, anche la risoluzione del contratto.

Nel tentativo di sgombrare il campo da possibili equivoci, la Corte di Giustizia precisa, in via preliminare, che, ai fini dell'individuazione dell'esatta intensità del difetto, non assume alcuna rilevanza la più o meno accentuata vocazione ambientalista del consumatore. Non è idonea, in altre parole, a scalfire la gravità del difetto la circostanza per la quale il consumatore avrebbe *comunque* acquistato il suddetto veicolo, cioè anche qualora fosse stato a conoscenza del diverso impatto ambientale del motore in questione⁶⁰. Viceversa, come dicevamo *supra*, l'eventuale conoscenza del difetto da parte del consumatore potrebbe valere da causa impeditiva dell'attivazione dell'intera disciplina contenuta nella Direttiva 1994/44/CE, in forza dell'art. 2, par. 3, di quest'ultima. Ne deriva che, una volta appurato che il consumatore non era consapevole del difetto al momento dell'acquisto, è ultronea, ai fini della natura «minore» o meno del difetto di conformità, ogni altra verifica in merito ad eventuali dichiarazioni successive alla compravendita, in cui l'acquirente affermi che avrebbe *nondimeno* concluso l'acquisto del veicolo.

Fatta questa precisazione sull'irrilevanza dell'elemento soggettivo del consumatore, la Corte di Giustizia prosegue attestando che un difetto di conformità consistente nella sussistenza di un *defeat device* illecito perché finalizzato ad una riduzione soltanto intermittente dei gas inquinanti non può essere qualificato come «minore» ai sensi dell'art. 3, paragrafo 6, della Direttiva 1994/44/CE. L'attribuzione di una scarsa intensità al difetto in esame contrasterebbe, infatti, con le esigenze di sostenibilità ambientale descritte dal Reg. (UE) n. 715/2007; necessità di eco-compatibilità che, predominanti persino nel bilanciamento con gli interessi economici privatistici, verrebbero in larga parte disattese, se si ammettesse una degradazione della gravità del difetto connesso ad un impianto inefficiente e, per di più, euro-incompatibile rispetto alle limitazioni delle emissioni di ossido di azoto. Diretto corollario della natura significativa del vizio è che il consumatore può ricorrere al rimedio privatistico più incisivo in suo possesso, ovvero alla risoluzione del contratto, ottenendo, di conseguenza, la restituzione del prezzo versato a fronte della riconsegna del veicolo (usato).

⁶⁰ Peraltro, nella sentenza per la causa C-145/20 si legge che il consumatore avrebbe comunque acquistato il veicolo; viceversa, nel paragrafo 27 della sentenza relativa alla causa C-134/20 si prende nota che il consumatore non avrebbe acquistato il veicolo se fosse stato a conoscenza del difetto. In entrambi i casi, il difetto rimane grave.

La questione dell'intensità del difetto è prodromica alla corretta individuazione del rimedio esperibile: è noto, infatti, che la Direttiva 1999/44/CE sia ispirata al principio di «gerarchizzazione» dei rimedi, in forza del quale la reazione redibitoria rappresenta l'*extrema ratio*. Non a caso, alla risoluzione del contratto occasionata dal difetto di conformità è riconosciuto uno spazio operativo ridotto, delimitato da due presupposti: da un lato, è necessario che il difetto sia grave; dall'altro, in ogni caso, all'azione risolutiva dovrebbe essere preferita in prima battuta la tutela manutentiva, composta dalla riparazione o dalla sostituzione del bene, con conservazione in entrambi i casi del contratto. Segnatamente, ai sensi dell'art. 3, apr. 5, della Direttiva 1999/44/CE, il consumatore può accedere alla risoluzione del contratto soltanto se egli non ha diritto alla tutela manutentiva, nella duplice forma ripristinatoria o sostituiva, ovvero se il venditore non ha esercitato tale tutela entro un periodo di tempo ragionevole o senza notevoli inconvenienti per la controparte consumeristica. Tale gerarchizzazione dei rimedi abbinata alla *marginalizzazione* del rimedio risolutorio è il risultato di un bilanciamento di interessi: da un lato, il diritto del consumatore ad ottenere una tutela effettiva a fronte dell'adempimento inesatto del professionista; dall'altro lato, l'interesse economico di quest'ultimo a conservare il contratto e a prevenire, introiettandoli nel prezzo di vendita, i costi per eventuali riparazioni o sostituzioni⁶¹. Si segnala che, in forza dell'art. 13, paragrafo 4, lett. c), della Direttiva 2019/771/UE che abroga la Direttiva 1999/44/CE, si assiste ad un'attenuazione della suddetta gerarchia, posto che il difetto di conformità significativamente grave permette di scavalcare la tutela manutentiva e di azionare immediatamente la risoluzione del contratto o la riduzione del prezzo.

6. I rimedi privatistici alternativi, tra risarcimento del danno e annullamento del contratto.

Né l'*iter* argomentativo né la conclusione cui approda la Corte di Giustizia in Grande Sezione nel luglio scorso sono scontati. Sotto il primo profilo, infatti, il primo percorso ricostruttivo intrapreso per soddisfare l'interesse privatistico rispetto al fenomeno *Dieseldgate* (e, più in generale, alle ipotesi di dichiarazioni ambientali mendaci) ha invocato la categoria della pratica commerciale scorretta dal volto ingannevole⁶²; sotto il secondo profilo, la soluzione proposta dal giudice europeo in merito alla gravità del difetto di conformità si inserisce in un contesto in cui le Corti nazionali italiane faticano a scorgere la risoluzione del contratto relativamente a fattispecie analoghe.

Prendendo le mosse proprio da questo secondo aspetto, segnaliamo che la Corte d'Appello di Bari, ad esempio, con una pronuncia del 4 febbraio 2021, ha ritenuto sufficiente a ripristinare la conformità del veicolo l'aggiornamento del software realizzato in sede di riparazione *ex art.* 130 cod. cons. (nella sua formulazione precedente al recepimento della Direttiva 2019/771/UE). L'intervento manutentivo del professionista paralizzava, secondo il

61 Nel caso di specie, peraltro, la strada manutentiva era stata percorsa tramite l'aggiornamento del software: tale iniziativa, tuttavia, non è stata ritenuta sufficiente a soddisfare gli standard ambientali discendenti dal Reg. (UE) n. 715/2007 a causa dell'inefficienza di una piena operatività del sistema anti-inquinante circoscritta all'intervallo termico. Come precisato dalla Corte al paragrafo 94 della sentenza per la causa C-134/20, il tentativo di riparazione non è, comunque, utile ad escludere l'illiceità del software: a nulla rileva, infatti, che l'illiceità sia originaria o sopravvenuta (*rectius* persistente) alla riparazione.

62 Sul contrasto alle pratiche commerciali sleali quali strumento privatistico privilegiato nel contesto europeo, si veda *supra* (par. 3).

giudice di Bari, l'azione di risoluzione da parte del consumatore. Il citato giudice nazionale proseguiva, però, in maniera ancora più incisiva, affermando che, anche in assenza dell'intervento riparatore, non sarebbe stato possibile esperire l'azione di risoluzione proprio a causa della lieve entità del difetto dedotto, in quanto «*l'appellante non ha provato che il problema tecnico denunciato abbia inciso sul funzionamento del veicolo o sulla possibilità di circolare*». Ragionando *a contrario*, sembra che, secondo tale pronuncia, un difetto di grave entità potrebbe ricorrere solo qualora il problema tecnico sia tale da incidere sul funzionamento del veicolo o sulla possibilità di circolare: è evidente, allora, che la scarsa efficienza ambientale non potrebbe mai risolversi in una empirica impossibilità di circolazione. Ne consegue che l'impianto manipolativo in questione dovrebbe essere ricondotto al difetto di cui alla lett. c) - e non alla lett. d) - dell'art. 2, par. 2, della Direttiva 1999/44/CE, ovverosia all'inidoneità del bene rispetto al suo utilizzo abituale. Così impostato il discorso, il descritto impianto di manipolazione delle emissioni, sebbene illecito, non potrebbe mai rappresentare un difetto di conformità significativo, alla luce della sua incapacità di influire sull'abituale circolazione del veicolo.

La portata innovativa della pronuncia della Grande Sezione si coglie, come dicevamo, anche sotto il profilo del percorso rimediabile abbracciato, posto che la Corte predilige la via dei difetti di conformità rispetto alla strada della pratica commerciale ingannevole, dalla cui ricorrenza, *de iure condito*, non può discendere la risoluzione del contratto. Nel caso di specie, infatti, è immediatamente evidente il collegamento con il tradizionale tema del *greenwashing* riconducibile alla categoria delle pratiche commerciali ingannevoli. La crescente sensibilità consumeristica verso la sostenibilità dei prodotti e dei servizi ha, di riflesso, indotto i professionisti ad improntare la propria attività verso modelli più responsabili, con annessa promozione del rinnovato volto sostenibile dell'impresa. Tuttavia, accade spesso che lo slancio ambientalista pubblicizzato non trovi corrispondenza in effettive pratiche virtuose. E ciò è evidente nella fattispecie in commento: le case automobilistiche coinvolte avrebbero promosso i veicoli enfatizzandone un'efficienza ecologica in realtà inesistente e, per di più, inferiore ai minimi legali. Tali informazioni false e fuorvianti sulle reali caratteristiche ambientali dei motori diesel sarebbero state tali da indurre l'acquirente in errore circa le reali capacità anti-inquinanti dei veicoli. Si tratta del fenomeno che la dottrina ha definito come la «*quintessenza di uno scarto tra qualità promesse/pubblicizzate e qualità effettive*»⁶³. L'ingannevolezza perpetrata dal Gruppo automobilistico opererebbe su un duplice piano: in ordine al rispetto delle condizioni necessarie per ottenere l'omologazione (art. 23, lett. d), cod. cons.)⁶⁴; in ordine all'ingannevolezza, commissiva ed omissiva, relativamente al reale impatto ambientale dei veicoli, realizzata, rispettivamente, asserendo qualità ecologiche non possedute e omettendo la presenza di impianti manipolativi del sistema di riduzione delle emissioni di gas inquinanti (art. 21, comma 1, lett. b), cod. cons.).

Diverse le pronunce che, sul territorio nazionale, si sono occupate della scorrettezza del particolare fenomeno di *greenwashing* legato al *Dieselgate*. Particolarmente significative sul punto, perché riportanti concretamente i *green claims* adottati in sede di *marketing* dei veicoli

⁶³ Così E. CAMILLERI, *op. cit.*, 708.

⁶⁴ Si veda, sul punto, il provvedimento AGCM n. 26137/2016, a partire dal paragrafo 39.

controversi, sono una sentenza del Tribunale di Venezia del 7 luglio 2021 ed un provvedimento dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (prov. n. 26137/2016). In particolare, dalla citata sentenza di merito emerge che l’intera campagna del Gruppo automobilistico coinvolto era incentrata sull’esaltazione dei valori della tutela ambientale e della responsabilità ecologica, in un contesto di *marketing* in cui i c.d. *environmental claims* erano diretti a convincere il consumatore rispetto alla circostanza che i veicoli fossero equipaggiati con le migliori tecnologie volte a tutelare l’ambiente e a ridurre le emissioni nocive⁶⁵. In maniera analoga, l’AGCM, nel provvedimento citato, denuncia la lesione, rilevante ai sensi dell’art. 20, comma 2, cod. cons., dell’autodeterminazione del consumatore e l’alterazione del comportamento economico di quest’ultimo a causa della diffusione, da parte del Gruppo automobilistico, di informazioni non rispondenti al vero e tali da indurre il consumatore in errore in ordine alle caratteristiche delle autovetture⁶⁶. Tale comportamento ingannevole si sviluppa, naturalmente, in un contesto di netto contrasto con la diligenza professionale, tradita sia dalla falsificazione dei test di laboratorio sia dalle successive e consapevoli trasmissioni di notizie false e omissioni di informazioni rilevanti. In altre parole, la predisposizione di un dispositivo di manipolazione preordinato alla fraudolenta elusione delle verifiche di controllo si pone in direzione diametralmente opposta rispetto ai *green claims* che attraversano la campagna pubblicitaria dei veicoli e, più in generale, l’intera strategia di *marketing* del gruppo. In questo scenario è agevole scorgere una lesione del

65 Dalla documentazione acquisita nel corso del processo emerge, infatti, un disinvolto ricorso ai *green claims*, per mezzo del richiamo alla tutela dell’ambiente e alla sostenibilità dei veicoli. Tale sensibilità verso le tematiche ambientali è ribadita anche nel Codice Etico del Gruppo. Dopo aver riportato esempi degli *environmental claims* che accompagnavano i messaggi pubblicitari dei veicoli Volkswagen, il Tribunale di Venezia afferma che: «in generale, la campagna marketing delle autovetture del Gruppo appare, quindi, improntata a concetti di ecologia, di sostenibilità ambientale, di guida “pulita”, di abbattimento delle emissioni nocive».

66 A partire dal paragrafo 39, l’AGCM riporta un elenco esemplificativo di messaggi pubblicitari con cui il gruppo pubblicizzava l’aspetto ambientale ed eco-sostenibile dei propri veicoli. L’Autorità Garante ricorda *claims* dal seguente tenore: «nei cataloghi Volkswagen Golf 2010, 2011, 2012, c’è una specifica pagina dal titolo “Golf BlueMotion: la Golf più ecologica di tutti i tempi”, in un riquadro accanto si legge: “La scritta “BlueMotion” sulla parte posteriore delle vettura e sulla griglia del radiatore trasmette un messaggio molto chiaro: l’automobilista che ha optato per questa vettura pensa in modo responsabile ed ecologico»; o ancora «nel catalogo dell’autovettura Skoda Rapid Spaceback edizione giugno 2015 a pag. 2829 si legge: “Tra gli obiettivi più importanti di SKODA vi sono lo sviluppo e la realizzazione di prodotti quanto più possibile rispettosi dell’ambiente in ogni singola fase del loro ciclo di vita [...]. La nostra strategia aziendale sposa la filosofia della riduzione dei consumi e delle emissioni, e le motorizzazioni della nostra gamma ottemperano alle normative vigenti in materia [...] Il contributo di SKODA mira a preservare un ambiente naturale pulito, garantendo al contempo mobilità e comfort ai propri clienti. Il logo verde di SKODA esprime la consapevolezza della casa automobilistica di potersi sviluppare in maniera sostenibile, agendo responsabilmente nei confronti dell’ambiente e facendo tutto il possibile per muoversi in questa direzione, con un profondo rispetto per la vita e per la natura». O ancora, al paragrafo 91 sono elencati diversi *claim* ambientali: «“l’automobilista che ha optato per questa vettura pensa in modo responsabile ed ecologico”; “si tratta di una vettura al cui conducente la tutela dell’ambiente e una guida sostenibile stanno veramente a cuore”; “Il logo verde di SKODA esprime la consapevolezza della casa automobilistica di potersi sviluppare in maniera sostenibile, agendo responsabilmente nei confronti dell’ambiente e facendo tutto il possibile per muoversi in questa direzione, con un profondo rispetto per la vita e per la natura” - “Ibiza non è soltanto un’auto molto divertente, è anche un’auto responsabile” - puoi quindi amare la strada e amare il pianeta allo stesso tempo”. Alcuni *claims*, infine, evidenziano il rispetto delle normative in materia di emissioni inquinanti. Così l’AGCM al paragrafo 92 ricorda: «“le motorizzazioni della nostra gamma ottemperano alle normative vigenti in materia”».

processo di autodeterminazione consumeristica, nella veste di diritto - la cui natura fondamentale è sancita dall'art. 2 cod. cons. - di adottare scelte libere e consapevoli.

Nel silenzio della Direttiva 2005/29/CE⁶⁷, il legislatore italiano non si è avvalso della possibilità di prevedere specifici rimedi privatistici dell'interesse individuale offeso dalla pratica commerciale scorretta: l'apparato rimediabile preposto al ristoro del consumatore deve, allora, essere ricostruito a partire dai principi generali. Considerata la natura *comportamentale* dell'illecito, il rimedio principe da abbinare alla commissione di una pratica commerciale scorretta è sicuramente il risarcimento del danno, alla luce della nota bipartizione tra regole di condotta e regole di validità consacrata dalle Sezioni Unite c.d. «*Rordorf*» del 2007⁶⁸. In particolare, il riferimento è al danno subito dal consumatore a seguito della condotta precontrattuale della controparte contraria agli obblighi di buona fede e correttezza di cui all'art. 1337 c.c.⁶⁹.

Nulla esclude, tuttavia, che le due vie - difetti di conformità e pubblicità ingannevoli - siano integrate e non alternative: da più parti in dottrina, e proprio rispetto al caso *Dieselgate*, si ragiona di «*un'integrazione del parametro di conformità del bene attraverso i contenuti del messaggio pubblicitario, tali da ingenerare ragionevole affidamento nel consumatore*»⁷⁰. D'altronde, se già la lett. *d*) dell'art. 2, par. 2, della Direttiva 1999/44/CE faceva esplicito riferimento alla possibilità che le dichiarazioni dei venditori/produttori concorressero alla descrizione delle qualità del bene oggetto di aspettativa da parte del consumatore, tale *modus operandi* è confermato dall'art. 7, par. 1, lett. *d*) della recente Direttiva 2019/771/UE⁷¹.

67 Sulle forti differenziazioni in punto di tutele individuali sorte dal recepimento della Direttiva 2005/29/CE si rinvia a G. DE CRISTOFARO, *Le conseguenze privatistiche della violazione del divieto di pratiche commerciali sleali: analisi comparata delle soluzioni accolte nei diversi diritti nazionali dei Paesi UE*, in *Rass. dir. civ.*, 2010, 880 ss.

68 Il riferimento è al principio di diritto delle sentenze n. 26724 e 26725 delle Sezioni Unite del 2007 (le c.d. «*sentenze gemelle*» o «*sentenze Rordorf*» dal nome del loro estensore), in forza del quale, salvo che il legislatore disponga diversamente, alla violazione di una regola di responsabilità corrisponde l'attivazione di rimedi risarcitori, mentre alla violazione di una regola di validità è comminata la nullità. Sulla distinzione tra regole di validità e regole di condotta si veda, tra tutti, G. D'AMICO, «*Regole di validità e principio di correttezza nella formazione del contratto*», Napoli, 1996; ID., *Regole di validità e regole di comportamento nella formazione del contratto*, in *Riv. dir. civ.*, 2002, 37 ss.; C. SCOGNAMIGLIO, *Regole di validità e regole di comportamento: i principi e i rimedi*, in *Eur. dir. priv.*, 2008, 599 ss.; V. MARICONDA, *L'insegnamento delle Sezioni Unite sulla rilevanza della distinzione tra norme di comportamento e norme di validità*, in *Corr. giur.*, 2008, 230 ss.; V. SANGIOVANNI, *Commento a Cass. S.U. 19 dicembre 2007, n. 26724 e 26725*, in *Contr.*, 2008, 231 ss.; A. ALBANESE, *Regole di condotta e regole di validità nell'attività di intermediazione finanziaria: quale tutela per gli investitori delusi?*, in *Corr. Giur.*, 2008, 107 ss.; E. SCODITTI, *La violazione delle regole di comportamento dell'intermediario finanziario e le sezioni unite*, *Foro it.*, 2008, I, 784 ss.

69 A questa linea ricostruttiva aderisce G. D'AMICO, voce «*Formazione del contratto*», in *Enc. del dir.*, Annali II, 2, 2008, 587, in cui l'Autore sostiene che la tutela individuale a fronte di una pratica commerciale scorretta si possa rintracciare nella *culpa in contrahendo*.

70 In questi termini, E. CAMILLERI, *op. cit.*, 707 ss.

71 La lett. *d*) dell'art. 7 della recente Direttiva 2019/771/UE inserisce, infatti, tra i requisiti oggettivi di conformità, la corrispondenza tra le qualità effettive e le qualità dichiarate: «*il bene [...] è della quantità e possiede le qualità e altre caratteristiche, anche in termini di durabilità, funzionalità, compatibilità e sicurezza, normali in un bene del medesimo tipo e che il consumatore può ragionevolmente aspettarsi, tenuto conto della natura del bene e delle dichiarazioni pubbliche fatte dal o per conto del venditore, o da altre persone nell'ambito dei passaggi precedenti della catena di transazioni commerciali, compreso il produttore, in particolare nella pubblicità o nell'etichetta*».

In punto di ingannevolezza della pratica commerciale scorretta è interessante, infine, evidenziare la nuova formulazione dell'art. 11-*bis* della Direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori, così come modificata dalla recente (e non ancora recepita in Italia) «*Direttiva omnibus*»⁷², ovvero sia la Direttiva 2019/2161/UE. Il legislatore europeo riformatore afferma, mediante l'art. 11-*bis*, che i contratti conclusi a valle di una pratica commerciale scorretta dovrebbero legittimare il consumatore ad attivare non solo il classico rimedio risarcitorio ma anche i rimedi risolutivi e di riduzione del prezzo, qualora pertinenti.

Un'altra strada percorribile per tratteggiare la tutela del consumatore pregiudicato dalla condotta fraudolenta tenuta dai Gruppi automobilistici nella vicenda *Dieselgate* è quella dell'invalidità del contratto a valle nella forma dell'annullamento per dolo determinante⁷³; via, peraltro, intrapresa dal consumatore austriaco nella causa C-134/20⁷⁴ e, in qualche modo, sfiorata dalla citata sentenza della Corte d'Appello di Bari. Non è, effettivamente, particolarmente arduo, nel caso di specie, scorgere una condotta dolosa da parte dei costruttori che hanno consapevolmente manipolato il sistema di commutazione per ottenere l'omologazione del veicolo per la classe ecologica di riferimento. Al di là dei profili penali legati al reato di truffa, il «reato in contratto» ad esso collegato apre le porte all'annullamento ai sensi dell'art. 1439 c.c., laddove il dolo sia stato tale che, senza di esso, l'altra parte non avrebbe concluso il contratto. Accanto all'annullamento per dolo determinante, il successivo art. 1440 c.c. valorizza, nuovamente, il rimedio risarcitorio a favore della parte che, in assenza di dolo, avrebbe concluso il contratto a condizioni diverse: è il caso del c.d. dolo incidente⁷⁵.

Si precisa, in conclusione, che, a prescindere dalla presenza di una causa di annullabilità del contratto, l'affidamento sulla correttezza della condotta di controparte, in particolare quando quest'ultima riveste uno *status* specifico, dovrebbe sempre essere meritevole di tutela. In questa prospettiva, allora, gli orientamenti giurisprudenziali più recenti suggeriscono una forza espansiva del fenomeno del «*contratto valido ma svantaggioso*» capace di travalicare i confini del dolo incidente e di abbracciare tutte le ipotesi in cui si registra una condotta precontrattuale scorretta, indipendentemente dall'*animus decipiendi*⁷⁶. Il rimedio risarcitorio, così, opera *ex art.* 1337 c.c. in forza della sola scorrettezza in fase di trattive,

⁷² Sull'impatto della Direttiva *Omnibus* rispetto alle pratiche commerciali scorrette si veda C. GRANELLI, *Pratiche commerciali scorrette: alla vigilia del recepimento della Dir. 2019/2161/UE*, in *Contratti*, 2021, V, 493 ss.; L. GUFFANTI PESENTI, *Pratiche commerciali scorrette e rimedi nuovi. La difficile trasposizione dell'art. 3, co. 1, N. 5), dir. 2019/2161/UE*, in *Eur. dir. priv.*, 2021, IV, 635 ss.

⁷³ Sul ricorso a tal particolare rimedio rispetto al contratto a valle di una pratica commerciale scorretta si veda M. MAUGERI, *Pratiche commerciali scorrette e annullabilità: la posizione dell'Arbitro per le controversie finanziarie*, in *Nuova giur. civ. comm.*, 2017, XI, 1516 ss.; M. NUZZO, *Pratiche commerciali sleali ed effetti sul contratto: nullità di protezione o annullabilità per vizi del consenso?*, in E. MINERVINI e L. ROSSI-CARLEO (a cura di), *Le pratiche commerciali sleali. Direttiva comunitaria ed ordinamento italiano*, Milano, 2007, 235 ss.; C. DE CRISTOFARO, *La direttiva 2005/29/CE. Contenuti, rationes, caratteristiche*, in ID. (a cura di), *Le «pratiche commerciali sleali» tra imprese e consumatori. La direttiva 2005/29/CE e il diritto italiano*, Torni, 2007, 27 ss.; C. GRANELLI, *Le «pratiche commerciali scorrette» tra imprese e consumatori: l'attuazione della Direttiva 2005/29/CE modifica il codice del consumo*, in *Obbl. e contr.*, 2007, 781 ss.

⁷⁴ Cfr. paragrafi 27 e 28 della sentenza nella causa C-134/20.

⁷⁵ Si noti che il riferimento al diverso comportamento del consumatore in assenza del dolo fa riemergere quella valutazione dell'elemento soggettivo la cui rilevanza, come abbiamo visto *supra*, era stata esclusa dalla Corte di Giustizia in ordine alla «minore» o significativa gravità del difetto di conformità.

anche qualora tale scorrettezza non si sia tradotta in dolo. Di riflesso, dovrebbe essere ammessa la tutela risarcitoria, anche in forma autonoma, nei casi in cui il contratto sia annullabile a causa dell'altrui scorrettezza, ma la parte a vantaggio della quale l'annullabilità è prevista preferisca avvalersi del solo risarcimento del danno.

Dal quadro delineato emerge che la scelta in merito al rimedio a presidio dell'interesse privatistico dovrebbe essere condotta caso per caso, anche alla luce della minore o maggiore rigidità dell'onere probatorio in capo all'attore e, altresì, dai termini più o meno *brucianti* connessi all'esperimento delle diverse azioni.

76 Da ultimo, Cassazione civile sez. II, 14/02/2022, n. 4715, consultabile in *Foro it.*, 2022, 5, I, 1739. La pronuncia ribadisce che il risarcimento da mera scorrettezza è un principio generale che prescinde dalla configurazione del dolo: *“può dirsi quindi assodato che la responsabilità precontrattuale non viene più considerata come un insieme chiuso di ipotesi sanzionatorie rigidamente predeterminate bensì come uno strumento flessibile per sanzionare comportamenti scorretti anche in presenza di un contratto valido ma svantaggioso, concluso a causa di una condotta sleale che non si traduce in dolo ma in un comportamento non conforme a buona fede”*. Sulla coesistenza tra validità e responsabilità, si veda S. ALBERTI, *La conclusione di un valido contratto non esclude la responsabilità precontrattuale*, in *Contratti*, 2016, XI, 986 ss. In senso critico sulla responsabilità da «contratto valido ma svantaggioso» si veda G. D'AMICO, *Responsabilità precontrattuale anche in caso di contratto valido? L'isola che non c'è*, in *Giust. civ.*, 2014, I, 197 ss.