
Parlamento europeo: nuova direttiva su etichette e pubblicità affidabili, no a “dichiarazioni ambientali fuorvianti”

Maggiori protezioni per i consumatori rispetto a pratiche di commercializzazione ingannevoli e per aiutarli a compiere scelte di acquisto più informate: questo l'obiettivo di una direttiva approvata oggi dal Parlamento europeo. Nell'elenco delle pratiche commerciali vietate, ci saranno le strategie di marketing problematiche su etichettatura con indicazioni ambientali generiche (il cosiddetto “greenwashing”, cioè l'ambientalismo di facciata) e riferimenti all'obsolescenza dei beni. “In futuro nell'Ue saranno autorizzati solo marchi di sostenibilità basati su sistemi di certificazione approvati o creati da autorità pubbliche”, spiega una nota da Strasburgo, così come “le informazioni sulla garanzia dovranno essere più visibili e verrà creato un nuovo marchio armonizzato per dare maggiore risalto ai prodotti con un periodo di garanzia più esteso”. Una volta approvata in via definitiva dal Consiglio e pubblicata nella Gazzetta ufficiale, i Paesi Ue avranno 24 mesi di tempo per recepire la direttiva nel diritto nazionale. Ad essere approvata oggi in emiciclo anche una risoluzione non vincolante che chiede un nuovo quadro giuridico dell'Ue per regolamentare il settore dello streaming musicale, dal momento che c'è oggi uno squilibrio nell'assegnazione dei ricavi nel mercato, svantaggioso verso autori, interpreti ed esecutori.

Sarah Numico