

PS11400 - ENI DIESEL+/PUBBLICITÀ INGANNEVOLE

Provvedimento n. 28060

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTI i propri provvedimenti del 31 luglio e del 25 settembre 2019 con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento in accoglimento delle istanze formulate da ENI S.p.A.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. ENI S.p.A. (in seguito anche ENI), in qualità di Professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. *b*), del Codice del Consumo, società attiva nella produzione, trasporto, trasformazione e commercializzazione dei derivati del petrolio e gas naturale, con un fatturato nel 2018 di circa 32 miliardi di euro ed un utile di circa 3 miliardi di euro.
2. Le associazioni Movimento Difesa del Cittadino e Legambiente e la federazione European Federation for Transport and Environment AISBL, in qualità di segnalanti.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal Professionista, consistenti nella diffusione di messaggi pubblicitari e materiale informativo per la promozione del proprio carburante “*Eni Diesel+*” in cui vengono fornite informazioni riguardo alle particolari caratteristiche del carburante, in termini di risparmio dei consumi e riduzioni delle emissioni gassose, nonché al positivo impatto ambientale connesso al suo utilizzo.
4. Ad esempio, in un video intitolato “*Eni Diesel+: un solo carburante, tante attenzioni per l'ambiente*” diffuso sul sito *internet* di ENI¹, due voci recitavano: “*Vuoi che la tua auto duri di più e inquinino meno? (..) un carburante innovativo che si prende cura del motore e riduce l'impatto ambientale. Eni Diesel+, anche grazie al 15% di componente rinnovabile riduce i consumi, garantendo la piena potenza del motore. Già, i consumi sono ridotti fino al 4% e le emissioni gassose fino al 40% (..)*”. Lo stesso video era anche pubblicato sul canale YouTube di ENI² con il sottotitolo

¹ Cfr la pagina *internet* multicard.eni.com/multicard/it_IT/news-detail.page?id=3&title=vuoi-che-la-tua-auto-duri-di-piu-e-inquinino-meno?-prova-eni-diesel-+!&date=undefined.

² Nella presentazione del canale YouTube denominato “*enivideochannel*”, fornita nell'apposita sezione “*Informazioni*”, si

*“Il 15% di Eni Diesel+ è rinnovabile, per questo aiuta a proteggere l’ambiente. E usandolo lo fai anche tu, grazie a una significativa riduzione delle emissioni”*³.

5. Sul canale YouTube di ENI era pubblicato un video di analogo contenuto, intitolato *“Eni Diesel+ Per chi vuole un’auto che viva di più e inquina meno - Spot TV 30” / Eni Video Channel*⁴, nel quale due voci recitavano: *“Vuoi che la tua auto duri di più ed inquina meno? (...) un carburante che si prende cura del motore e riduce l’impatto ambientale, grazie anche al 15% di componente rinnovabile. Eni Diesel+ aiuta a mantenere la piena potenza del motore, riduce i consumi fino al 4% e le emissioni gassose fino al 40%. Prova Eni Diesel+ per allungare la vita della tua auto prendendoti cura del motore e dell’ambiente”*.

6. Inoltre, Eni definiva sul proprio sito⁵ il prodotto Eni Diesel+ come: *“il nuovo gasolio premium di eni con il 15% di “Green Diesel”, una innovativa componente rinnovabile prodotta da HVO (Hydrotreated Vegetable Oil) presso la bioraffineria di Venezia, attraverso la tecnologia proprietaria Ecofining”* ed affermava *“Grazie alla presenza nella sua formulazione della componente rinnovabile e di speciali additivi detergenti, l’utilizzo di Eni Diesel+ determina: (...) riduzione dei consumi fino al 4% per effetto dell’azione combinata della componente rinnovabile ad elevato potere calorifico e dell’additivo detergente”*.

7. Su diverse pagine del sito internet aziendale era anche presente, con minime variazioni, il messaggio *“Grazie agli speciali detergenti, elimina i residui delle combustioni precedenti e mantiene gli iniettori in condizioni ottimali. Così, contribuisce a dare più potenza al motore e più vita alla tua auto. Inoltre Eni Diesel+ grazie al 15% di componente green rinnovabile, prodotto nella bioraffineria Eni di Venezia, riduce l’impatto ambientale e i consumi rispetto al diesel tradizionale sul mercato italiano”*. A tale messaggio si accompagnava un video intitolato *“Vuoi che la tua auto duri di più e inquina meno? Prova Eni Diesel+!”*⁶, la cui immagine statica iniziale è riprodotta di seguito e nel quale alcuni personaggi, che per contesto e abbigliamento si collocavano in funzioni tecniche, scientifiche e amministrative, facevano dichiarazioni sul prodotto Eni Diesel+ con frasi quali *“A circa tre anni dal lancio Eni Diesel+ continua ad essere il gasolio premium di riferimento sul mercato italiano, grazie alla componente rinnovabile, green, presente al 15%”*⁷, *“Il 15% di green diesel consente di mantenere il filtro gasolio sempre pulito, prolungandone l’efficace funzionamento grazie alla filtrabilità nettamente superiore rispetto a quelle degli altri gasoli in commercio”*⁸, *“Un tenore così elevato di componenti green prodotte attraverso un processo ad alta*

legge *“Benvenuti nel canale ufficiale di Eni. Abbiamo creato Eni Video Channel per condividere con voi il nostro mondo, quello dell’energia.”*

³ Cfr. la pagina internet www.youtube.com/watch?v=D-UHiryTbLE.

⁴ Cfr. la pagina internet www.youtube.com/watch?v=4zxnQWIS6gk.

⁵ Cfr. la pagina internet oilproducts.eni.com/it_IT/prodotti/carburanti-e-combustibili/trazione/gasolio/eni-diesel.

⁶ Confronta la pagina internet www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu e la pagina internet www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu?gclid=EAlalQobChMloKO_p7eD4AIVQrOyCh3pTQJGEAAAYASAAEgKqQfD_BwE e la pagina internet multicard.eni.com/multicard/it_IT/news-detail.page?id=3&title=vuoi-che-la-tua-auto-duri-di-piu-e-inquina-meno?-prova-eni-diesel-+!&date=undefined.

⁷ Mentre in sovrapposizione compariva la scritta, evidenziata: *“Eni Diesel+ è uguale ai gasoli premium delle altre compagnie?”*.

⁸ Mentre in sovrapposizione compariva la scritta, evidenziata: *“Perché Eni Diesel+ contribuisce ad allungare la vita dell’auto?”*.

sostenibilità consente di ridurre le emissioni di CO2 in media del 5%. Le ottime caratteristiche di combustione impartite dalla componente green al prodotto consentono inoltre di ridurre le emissioni allo scarico di ossidi di carbonio e di idrocarburi incombusti fino al 40%.”⁹, “Il green diesel è costituito solo da atomi di carbonio e idrogeno ed ha un potere calorifico superiore a quello del biodiesel tradizionale che contiene anche atomi di ossigeno e quindi apporta una maggiore energia al motore che si traduce in un beneficio sui consumi”¹⁰.



8. Come si osserva dall'immagine di seguito riportata, messaggi di analogo contenuto sono stati diffusi anche a mezzo stampa.

⁹ Mentre in sovrapposizione compariva la scritta, evidenziata: "Perché con Eni Diesel+ si inquina di meno?".

¹⁰ Mentre in sovrapposizione compariva la scritta, evidenziata, "Con Eni Diesel+ si hanno risparmi nei consumi?".

ENI DIESEL+
PER TE CHE HAI A CUORE
LA VITA DELLA TUA AUTO
E L'AMBIENTE.

**Vuol che la tua auto duri di più?
Inizia prendendoti cura del motore con Eni Diesel+.**

Eni Diesel+ grazie agli speciali detergenti, elimina i residui delle combustioni precedenti e mantiene gli iniettori in condizioni ottimali. Così contribuisce a dare più potenza al motore e più vita alla tua auto. Inoltre Eni Diesel+ prodotta nella bioraffineria Eni di Venezia, anche grazie al 15% di componente green rinnovabile, riduce l'impatto ambientale e i consumi rispetto al diesel tradizionale.

#EniDieselPiùVitaAlMotore


www.eni.com

Provalo in oltre **3000 Eni Station**

9. Analogamente è quello del materiale affisso e distribuito presso le stazioni di rifornimento Eni Station. Ad esempio, nelle *brochure*, distribuite a partire dal 2017, si legge: “*Vuol che la tua auto duri di più? Inizia prendendoti cura del motore con Eni Diesel+. Eni Diesel+, grazie agli speciali additivi detergenti, elimina i residui delle combustioni precedenti e mantiene gli iniettori in condizioni ottimali. Questo significa più potenza del motore e più vita alla tua auto. Inoltre Eni Diesel+ contribuisce a ridurre l'impatto ambientale e i consumi rispetto al diesel tradizionale. Questo grazie al 15% di componente green rinnovabile, una componente completamente idrocarburica e con un alto potere energetico, prodotta nella bioraffineria Eni di Venezia*”.

10. Inoltre, in molti messaggi viene riportato, quale logo del prodotto, un riquadro, che viene riprodotto di seguito, nel quale si associano le parole “*green*” e “*eni diesel+*”, la prima su sfondo verde e la seconda su sfondo giallo.



11. Tale immagine si trova ad esempio nel cartello collocato al di sopra della pompa di rifornimento di seguito come principale *claim* del messaggio (cfr. immagine seguente), nonché sulle stesse pistole erogatrici.

Sovrapompa

 The advertisement shows a gas station pump on the left and a large sign on the right. The sign features the Eni Diesel+ logo and lists benefits:

- Contribuisce a:
- allungare la vita del motore mantenendo gli iniettori puliti
- ridurre i consumi fino al 4%*
- ridurre le emissioni gassose** fino al 40%*

 Below the list is an image of a car with a transparent engine showing internal components. A yellow box on the right contains the text: "L'unico diesel in Italia con il 15% di HVO, la componente rinnovabile prodotta per idrogenazione di oli vegetali." At the bottom, it says "Per tutti i motori diesel. Scopri di più su enization.com".

12. Lo stesso avveniva nei messaggi pubblicitari, di seguito riprodotti, relativi all'utilizzo di Eni Diesel+ sui mezzi pubblici, diffusi rispettivamente a bordo degli autobus di Torino e agli approdi dei traghetti di Venezia.

 Two advertisements are shown side-by-side. The left one is for Torino and the right one is for Venezia.

Gli autobus di Torino utilizzano green 15% eni diesel+

per ridurre i consumi e le emissioni inquinanti.

Welcome to Venice

I vapori della città usano Eni Diesel+, per contribuire a ridurre l'impatto ambientale.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L'iter del procedimento

13. In base alle informazioni acquisite e a quanto rappresentato dalle associazioni segnalanti con nota del 27 febbraio 2016¹¹, in data 26 aprile 2019 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11400 nei confronti della società ENI S.p.A. per possibile violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo in relazione alla pratica commerciale sopra descritta.

In tale sede veniva, in particolare, ipotizzata l'ingannevolezza: *i)* dell'affermazione secondo cui il combustibile Eni Diesel+, senza distinzione derivante dalla categoria di veicoli in cui lo stesso venga utilizzato, assicurerebbe "fino al 40%" di riduzione delle emissioni gassose e in media del 5% di CO₂; *ii)* dell'affermazione secondo cui il combustibile Eni Diesel+ assicurerebbe "fino al 4%" di riduzione dei consumi; *iii)* dell'utilizzo dei *claims* "green/componente green", "rinnovabile" "aiuta a proteggere l'ambiente"; *iv)* dell'attribuzione in maniera significativa delle caratteristiche positive vantate per il prodotto alla componente definita "green" dello stesso.

14. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al Professionista, ai sensi dell'art. 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'art. 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni e relativa documentazione riguardanti in sintesi: 1. contenuto e diffusione della campagna promozionale avente ad oggetto il prodotto Eni Diesel+; 2. volume e valore delle vendite del prodotto Eni Diesel+; 3. oggetto e modalità di svolgimento delle prove i cui risultati sono alla base delle affermazioni secondo cui il combustibile Eni Diesel+ assicurerebbe fino al 40% di riduzione delle emissioni gassose e in media del 5% di CO₂ e fino al 4% di riduzione dei consumi; 4. elementi informativi, studi, analisi ed argomentazioni in base ai quali è stato considerato appropriato l'utilizzo dei *claim* "green/componente green", "rinnovabile", "aiuta a proteggere l'ambiente" e similari.

15. In data 31 maggio 2019 il Professionista ha trasmesso la risposta, corredata di allegati, alla richiesta di informazioni formulata contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento e ha inviato successivamente, in data 3 giugno 2019, un ulteriore allegato.

16. In data 11 giugno 2019 il Professionista ha poi presentato, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, una proposta di impegni, che ha illustrato nel corso di una audizione tenuta in data 10 luglio 2019 e meglio precisato con nota in data 29 luglio 2019. In particolare, ENI ha fatto presente che la campagna pubblicitaria in argomento era stata sospesa per tutti i canali pubblicitari, fatta eccezione per le stazioni di servizio e ha presentato misure volte a: *i)* elevare il dettaglio delle informazioni contenute nei propri *green claim*¹²; *ii)* introdurre

¹¹ Le associazioni hanno allegato alla propria segnalazione la risposta fornita il 18 gennaio 2019 da ENI a una richiesta di chiarimenti - inviata in data 10 gennaio 2019 da Legambiente - in merito alle quantità di olio di palma e di altri olii vegetali usate per la produzione di gasolio Eni Diesel+, alle misurazioni effettuate sulle emissioni inquinanti che il suo utilizzo riduce (in particolare per l'affermazione "- 40% emissioni gassose") ed al prodotto di riferimento utilizzato per la comparazione, alle componenti cui è attribuibile la caratteristica di mantenere puliti gli iniettori, nonché alla inclusione o meno, nelle valutazioni svolte, degli effetti dell'uso dell'olio di palma comprendendo anche la sostituzione di foreste con coltivazioni di palme (c.d. *ILUC, Indirect Land Use Change*).

¹² Le misure proposte erano: *a)* chiarire che la componente *Green Diesel* è, almeno ad oggi, ottenuta anche attraverso la lavorazione dell'olio di palma, sul cui impatto ambientale complessivo è in corso un dibattito noto al pubblico dei consumatori con sensibilità ambientale; *b)* distinguere in modo chiaro e netto i vantaggi prestazionali riconducibili alla componente "Green Diesel" da quelli derivanti (anche) da altre componenti non "green", con ulteriore vincolo ad associare alla

una procedura per la verifica dei vanti ambientali da utilizzare nelle comunicazioni promozionali relative ai propri carburanti Premium¹³.

17. In data 2 luglio 2019 le associazioni segnalanti hanno depositato una propria memoria.

18. In data 5 settembre 2019 è stato comunicato al Professionista che l'Autorità, nella sua adunanza del 4 settembre 2019, ha rigettato gli impegni proposti, attesa la sussistenza, nel caso di specie, dell'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'eventuale infrazione in considerazione della novità della fattispecie oggetto del procedimento e del fatto che gli impegni non risultavano idonei a rimuovere i profili di possibile scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento.

19. In data 1° ottobre 2019 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, fissandola al 14 novembre 2019 in modo da tener conto dell'istanza di proroga della Parte per proporre misure integrative di modifica delle condotte contestate.

20. In data 11 novembre 2019 sia il Professionista che le associazioni segnalanti hanno fatto pervenire proprie memorie, corredate da allegati.

21. In data 12 novembre 2019, in accoglimento dell'istanza presentata dal Professionista il 7 novembre 2019 e meglio precisata in data 11 novembre 2019, sono stati acquisiti agli atti del procedimento, nella versione omissa in base a esigenze di riservatezza, alcuni documenti dei fascicoli DS1506 – “Denunce diverse prodotti agroalimentari”, archiviato, in data 11 novembre 2015, ai sensi dell'art. 5, comma 1, lett. f) del Regolamento, e PS10396 – “Denunce diverse prodotti agroalimentari”, archiviato, in data 30 novembre 2016, ai sensi dell'art. 5, comma 1, lett. c) del Regolamento.

22. In data 14 novembre 2019 il Professionista ha fatto pervenire proprie note aggiuntive, corredate da allegati.

23. In data 15 novembre 2019 è stato richiesto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che è pervenuto in data 18 dicembre 2019.

III.2. Le evidenze acquisite

a) Vanti di un impatto ambientale positivo

24. Il prodotto pubblicizzato nei messaggi e nelle informazioni diffusi da ENI è il gasolio¹⁴ Eni Diesel+, ottenuto miscelando un 85% di gasolio minerale (o petrodiesel) con un 15% di gasolio di

componente “*Green Diesel*” solo vanti prestazionali o ambientali che siano a quest'ultima direttamente riferibili; c) esplicitare che “*Green Diesel*” è un marchio oggetto di registrazione e non invece un termine identificativo di una categoria generale di prodotti per autotrazione; d) fornire presso gli impianti di rifornimento, al cliente interessato all'acquisto dell'Eni Diesel+, cartoline su cui saranno riportate le condizioni e le probabilità che i vanti specifici del prodotto possano realizzarsi nella vita di tutti i giorni, in una misura indicata come “*fino a*”.

¹³ Le misure proposte erano: a) verifiche interne tarate sugli effetti per il consumatore medio; b) verifica da parte di soggetti indipendenti e qualificati; c) informazione del pubblico, mediante una relazione di tali soggetti esterni su come i vanti ambientali della comunicazione pubblicitaria siano destinati a realizzarsi nella vita di tutti i giorni e messa a disposizione di informazioni, chiarimenti e dati scientifici.

¹⁴ Il gasolio in generale è qualsiasi combustibile liquido utilizzato nei motori diesel, la cui accensione avviene senza scintille, a seguito della compressione dell'aria in ingresso e quindi dell'iniezione di carburante. Il tipo più comune di gasolio è un distillato frazionario specifico di olio combustibile minerale, ma vengono sempre più sviluppate e adottate alternative non derivate dal petrolio, come biodiesel, biomassa da liquido (BTL) o gas da liquido (GTL). Per distinguere questi diversi tipi di diesel, quello derivato dal petrolio è sempre più chiamato “*petrodiesel*”. Cfr. ad esempio la pagina internet.en.wikipedia.org/wiki/Diesel_fuel.

origine vegetale (o biodiesel), che ENI definisce “*Green Diesel*”, con l’aggiunta di appositi additivi detergenti.

25. In particolare, la componente che ENI definisce “*Green Diesel*” è un carburante diesel ottenuto da olio di palma e da olii esausti lavorati da grassi vegetali attraverso un processo di “*idrogenazione*” nella propria raffineria di Venezia¹⁵, appositamente strutturata per questo tipo di trasformazione; tale carburante è perciò identificabile con la sigla, di uso comune nel settore, “*HVO - Hydrotreated Vegetable Oil*”.

La denominazione “*Green Diesel*” è utilizzata come marchio registrato “*Green DieselTM*” dal gruppo Honeywell, insieme al quale ENI ha brevettato la tecnologia EcofiningTM, relativa ad un processo di “*idrogenazione*” con cui è possibile lavorare anche materiali di scarto con la medesima resa delle materie prime vergini.

Con il processo di “*idrogenazione*”, nel quale le materie prime vengono trattate con idrogeno ad alta temperatura, è possibile produrre idrocarburi costituiti solo da atomi di carbone e idrogeno, con proprietà chimiche simili a quelle del diesel fossile o petrodiesel.

26. Altri diesel in commercio sono ottenuti miscelando un 93% di gasolio minerale (o petrodiesel) con un 7% di gasoli di origine vegetale (o biodiesel) ottenuti anch’essi da grassi vegetali, ma con il diverso processo di “*transesterificazione*” e perciò identificabili con la sigla di uso comune nel settore “*FAME - Fatty Acid Methyl Ester*”.

27. Infatti la miscelazione del carburante di origine minerale con carburante di origine vegetale è un obbligo stabilito da norme comunitarie¹⁶ e nazionali di recepimento, che nel tempo ne hanno elevato il contenuto minimo.

Attualmente la norma europea UNI EN590, che specifica i requisiti e i metodi di prova per il gasolio che viene commercializzato e distribuito per la autotrazione, prevede per l’utilizzo in autoveicoli con motore diesel un contenuto massimo del 7% di esteri metilici di acidi grassi, ovvero di biodiesel FAME.

28. In particolare, assume rilevanza la fonte delle materie prime utilizzate da ENI nel processo di “*idrogenazione*”, nella misura in cui l’uso dell’olio di palma per la produzione di biodiesel risulta essere stato oggetto di preoccupazione sotto il punto di vista dell’effetto che lo stesso ha in termini di cambiamento della destinazione dei terreni (c.d. *Indirect Land Use Change*, in seguito anche solo “*ILUC*”).

29. Infatti, secondo quanto dichiarato dal Professionista, l’olio di palma rappresentava nel 2017 e nel 2018 la principale materia prima utilizzata per la produzione del proprio HVO, mentre venivano gradualmente utilizzati crescenti quantità di altre materie prime “*di scarto*” (oli vegetali esausti, acidi grassi e oleine).

ENI ha precisato di aderire, insieme alla sua controllata che si occupa degli approvvigionamenti di basi rinnovabili, ai due schemi volontari di certificazione formalmente riconosciuti a livello UE ISCC e 2BSvs¹⁷, di cui ha prodotto le attestazioni che certificano come “sostenibili” tutte le basi

¹⁵ Nel 2019 ENI ha messo in funzione un’altra raffineria destinata alla stessa produzione a Gela. Cfr. la pagina *internet* www.eni.com/it_IT/media/dossier/nuovo-piano-sviluppo-gela.page.

¹⁶ Tale obbligo è stato previsto a partire dalla Direttiva 2003/30/CE dell’8 maggio 2003.

¹⁷ I due sistemi sono stati ufficialmente riconosciuti dalla Commissione. Infatti, l’ISCC ha ottenuto il riconoscimento con la Decisione di Esecuzione (UE) n. 2016/1433 della Commissione, mentre il 2BSvs con la Decisione di Esecuzione (UE) n. 2016/1361 della Commissione.

rinnovabili utilizzate da Eni per la produzione della componente HVO, incluse quelle derivanti da olio di palma.

30. A tale riguardo le associazioni segnalanti hanno prodotto la relazione della Corte dei conti dell'Unione europea n. 18/2016¹⁸ sul sistema per la certificazione dei biocarburanti sostenibili dell'Unione europea, con la quale la stessa Corte ha concluso che il riconoscimento dei sistemi volontari di certificazione da parte della Commissione, limitato ai requisiti di verifica obbligatoria stabiliti dalla direttiva sulle energie rinnovabili, non garantisce la sostenibilità dei biocarburanti certificati e che il sistema dell'UNIONE EUROPEA per la certificazione della sostenibilità dei biocarburanti non è pienamente affidabile, fra l'altro, in quanto la valutazione non riguarda l'impatto dei cambiamenti indiretti di destinazione dei terreni (ILUC) sulla sostenibilità dei biocarburanti.

b) Vanti di riduzione delle emissioni e dei consumi

b.1) Riduzione delle emissioni gassose

31. In ordine al vanto del raggiungimento del 40% di minori emissioni, ENI precisa che sono stati condotti, presso i propri laboratori con la supervisione del CNR, o presso le sale prova di quest'ultimo, test effettuati secondo la metodologia NEDC¹⁹, volti a misurare le tre emissioni gassose tipiche dei motori a combustione, HC (idrocarburi incombusti), CO (monossido di carbonio) e NOx (ossido di azoto), con rilevazioni effettuate allo scarico.

32. Dal documento del CNR Istituto Motori depositato da ENI si evince che, confrontando le emissioni di Eni Diesel+ con quelle di altri gasoli commerciali, non si sono ottenuti significativi risultati per le emissioni di NOx, e che anche i risultati relativi alle variazioni di CO e HC indicati nella seguente tabella, che il CNR considera significativi, sono molto differenti fra i quattro modelli di vettura utilizzati.

	Ciclo NEDC	
	Variazione % CO	Variazione % HC
Giulietta Euro5	-27.6	-37.7
Ford Focus Euro5	-39	-40.2
Opel Euro4	-28.6	-13.4
Golf Euro6	-56.2	-29.3

33. ENI chiarisce che per i test è stato selezionato d'intesa con il CNR un campione di veicoli composto da vetture Euro 4, Euro 5 ed Euro 6, considerando che tali tre classi coprono la maggior parte – quasi il 75% nel 2018 – del parco auto circolante alimentato con carburanti diesel e che i proprietari di veicoli di più recente immatricolazione costituiscono il target specifico della campagna sul prodotto Eni Diesel+, in quanto soggetti più attenti all'impatto ambientale, alla limitazione dei consumi e alla cura e manutenzione del veicolo.

¹⁸ Cfr. la pagina www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR16_18/SR_BIOFUELS_IT.pdf.

¹⁹ Il test NEDC - New European Driving Cycle (Nuovo ciclo di guida europeo) è stato fino al 1° settembre 2018 il test per l'immatricolazione delle automobili in Unione Europea, sostituito a partire da tale data con il WLTP - Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure, norma armonizzata per determinare i livelli di inquinanti e emissioni di CO₂, consumo di carburante o di energia elettrica dei veicoli leggeri (autovetture e furgoni commerciali leggeri).

Va considerato, al riguardo, che negli anni 2016, 2017 e 2018, nei quali è stata diffusa la campagna pubblicitaria, in base ai dati ufficiali ACI i veicoli meno recenti – dei quali non si è tenuto conto nei test – erano rispettivamente oltre il 31% (2016), oltre il 28% (2017) e oltre il 25% (2018).

b.2) Riduzione in media del 5% delle emissioni di CO2

34. In ordine al vanto di una riduzione in media del 5% delle emissioni di anidride carbonica (CO₂), ENI ha precisato che tale vanto nei propri messaggi non va inteso come relativo alla misura delle emissioni delle vetture, ma invece come riferito alla riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra (CO₂) associate ai carburanti durante tutto il “ciclo di vita”, dalla coltivazione/produzione della materia prima, alla trasformazione, al suo utilizzo finale.

35. A sostegno di tale affermazione, il Professionista ha prodotto un foglio di calcolo recante i conteggi²⁰ su cui si fonda il proprio *claim*, dai quali risulta un valore della Carbon Intensity del prodotto ENI Diesel+ contenente il biodiesel HVO inferiore a quello del gasolio contenente il biodiesel FAME (del 5,6% nel 2015, del 6,1% nel 2016, del 6,8% nel 2017 e del 6,7% nel 2018).

36. Oltre alla citata relazione della Corte dei Conti dell’Unione europea in materia di certificazione dei biocarburanti sostenibili, in merito alla riduzione delle emissioni climalteranti, le associazioni segnalanti hanno prodotto documentazione riguardo a:

i) la pubblicazione da parte della Commissione Europea, il 21 maggio 2019, del Regolamento Delegato (UE) 2019/807 del 13 marzo 2019, in cui si pone l’obiettivo della esclusione dell’olio di palma dalla composizione dei biocarburanti commercializzati in Europa entro il 2030²¹;

ii) il rapporto dell’Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) delle Nazioni Unite “*Climate change and land*”²² su clima, desertificazione, degrado del suolo, gestione sostenibile del territorio, sicurezza alimentare e flussi di gas serra negli ecosistemi terrestri, in cui si raccomanda l’utilizzo del terreno coltivato per mantenere la sicurezza alimentare in un mondo con popolazione in crescita e si rappresenta la necessità di gestire con attenzione l’uso di coltivazioni a scopo energetico per evitare i rischi per la sicurezza alimentare, la biodiversità e la degradazione dei suoli;

iii) la recente decisione della Corte Costituzionale francese²³, che ha giudicato legittima l’esclusione dai sussidi ai biocarburanti, a partire dal 2020, del biodiesel da palma da olio, deliberata nel dicembre 2018 dal Parlamento francese al fine di ridurre sia le emissioni dirette, in particolare da combustibili fossili, che le emissioni indirette, causate dalla sostituzione delle colture agricole per la produzione dai biocarburanti a quelli destinati all’alimentazione, che portano alla coltivazione, a usi alimentari, di terre non agricole e ricche di carbonio, come foreste o torbiere;

²⁰ Tali valori, nei quattro anni, sono calcolati per il biodiesel FAME contenente il 5% di “Biodiesel eni” e per il biodiesel HVO contenente una percentuale del 15% del HVO *Green Diesel*.

²¹ Le segnalanti citano a tal riguardo la pubblicazione da parte della Commissione Europea, il 21 maggio 2019, del Regolamento Delegato (UE) 2019/807 del 13 marzo 2019, che integra la direttiva (UE) 2018/2001 sulle energie rinnovabili del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda la determinazione delle materie prime a elevato rischio di cambiamento indiretto di destinazione d’uso dei terreni per le quali si osserva una considerevole espansione della zona di produzione in terreni che presentano elevate scorte di carbonio e la certificazione di biocarburanti, bioliquidi e combustibili da biomassa a basso rischio di cambiamento indiretto di destinazione d’uso dei terreni.

Le segnalanti rilevano, inoltre, che i derivati dalla lavorazione di olio di palma, pur essendo considerati dei rifiuti per la produzione alimentare, contribuiscono alla valorizzazione delle piantagioni di palma, alla loro estensione e quindi alla distruzione di nuove foreste tropicali e torbiere.

²² Cfr. la pagina www.ipcc.ch/srccl-report-download-page/.

²³ Cfr. la pagina www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2019/2019808QPC.htm.

iv) il Piano energia e Clima²⁴ approvato a giugno 2019 dal parlamento Olandese, che si impegna a continuare l'eliminazione graduale dei biocarburanti a base di olio di palma e di soia.

b.3) Riduzione dei consumi

37. Riguardo ai minori consumi, in una specifica nota tecnica allegata alla propria memoria, ENI attribuisce all'effetto combinato degli additivi detergenti e della componente HVO una riduzione dei consumi – fino al 4% per le lunghe percorrenze – rispetto a un gasolio standard che contiene la componente FAME²⁵.

38. ENI ha prodotto a sostegno delle proprie affermazioni un documento del laboratorio spagnolo indipendente IDIADA, recante la data 7 gennaio 2009, che riporta i dettagli e i risultati delle prove di percorrenza²⁶ svolte sul proprio prodotto Eni BluDiesel Tech per verificare i minori consumi attribuiti alla additivazione di detergenti (che ENI precisa avere le stesse *performance* della additivazione utilizzata nel prodotto Eni Diesel+) rispetto ai consumi registrati con l'utilizzo di altri gasoli aventi un contenuto di biodiesel FAME conforme alla specifica UNI EN590 e privi di additivi detergenti.

39. Dalle suddette prove di percorrenza, suddivise in due fasi temporali successive²⁷, si rileva nella prima e nella seconda fase un minore consumo con il BluDiesel Tech rispettivamente del 2,1% e del 2,9% per una prima tipologia di vetture (di cilindrata 1248 cm³) e rispettivamente del 2,4% e del 5,9% per la seconda tipologia di vetture (di cilindrata 2148 cm³)²⁸.

A dispetto della notevole eterogeneità fra le due tipologie di vetture (una di media e l'altra di maggiore cilindrata), ENI presenta nelle proprie memorie una media calcolata sui risultati di entrambe le tipologie, come se fosse possibile considerarle rappresentative di un unico insieme statistico e, inoltre, fa tale calcolo esclusivamente sui dati della seconda fase di sperimentazione, escludendo invece quelli (più bassi) della prima fase di sperimentazione.

È così che ENI presenta nelle proprie memorie difensive i vantii contenuti nei propri messaggi come “*media della riduzione massima dei consumi ottenuti pari a $(2,9+5,9)=4,4\%$* ” e il valore così ottenuto come “*un valore rappresentativo della riduzione massima raggiungibile*”.

40. Anche se tali risultati sono stati ottenuti non con prove sul prodotto pubblicizzato nei messaggi in esame, ma sull'altro prodotto BluDiesel Tech, ENI sostiene che gli stessi risultati risulterebbero validi per il gasolio Eni Diesel+, in quanto l'introduzione del 15% di *Green Diesel* nella sua formulazione non modificherebbe la natura chimico fisica del gasolio, che resterebbe simile a quella del precedente prodotto BluDiesel Tech e che manterrebbe quindi “*almeno*” le stesse *performance* già verificate nella sperimentazione in oggetto.

²⁴ Cfr. la pagina www.klimaataakkoord.nl/documenten/publicaties/2019/06/28/klimaataakkoord.

²⁵ Si ricorda che con la sigla “*FAME - Fatty Acid Methyl Ester*” si definisce un biodiesel anch'esso ottenuto da grassi ed oli di origine biologica, ma con il diverso processo della “*transesterificazione*”,

²⁶ CNR Istituto Motori conferma l'idoneità dell'approccio metodologico utilizzato nelle prove in una propria relazione allegata alla risposta di ENI.

²⁷ ENI specifica che la sperimentazione è distinta in due fasi in considerazione del fatto che i gasoli di riferimento sono variati nel corso della stessa seguendo l'evoluzione della specifica europea EN 590 e della qualità dei gasoli sul mercato che hanno inglobato maggiori percentuali di FAME, nonché dell'evoluzione del prodotto Eni BluDiesel Tech, formulato nel tempo con additivi detergenti di diversi fornitori anche se con prestazioni motoristiche analoghe.

²⁸ Nelle tabelle prodotte da ENI sono riportati i dati di consumo rilevati per i due modelli di autovettura Fiat Grande Punto (cilindrata 1248 cm³) e Mercedes 220 CDI F (cilindrata 2148 cm³).

41. Nella propria esposizione ENI somma, inoltre, al detto valore del 4,4% una ulteriore riduzione dei consumi di carburante, che imputa al maggiore potere calorifico del prodotto Eni Diesel+²⁹, quantificata in un aggiuntivo 1%.

Riguardo a tale misurazione, Eni allega l'attestazione del CNR Istituto Motori che, supervisionando la sperimentazione svolta in sala prova emissioni tra il 2014 e il 2016, ha constatato che *“l'aumento del potere calorifico per l'Eni Diesel+ produce in media una riduzione sui consumi dell'ordine dell'1%”*, effetto che, secondo il CNR Istituto Motori, *“potrebbe aggiungersi ai vantaggi rilevati da IDIADA nella sperimentazione con Bluediesel Tech”*.

42. Riguardo alla esposizione nei propri messaggi dei vantii sulla riduzione dei consumi, ENI riferisce che il dato dell'1%, riferibile alla componente HVO del prodotto Eni Diesel+, è stato confermato dal CNR Istituto Motori nell'aprile 2016, successivamente alla prima predisposizione dei materiali a supporto della campagna pubblicitaria, avvenuta nel mese di gennaio 2016; per tale ragione la prima comunicazione pubblicitaria riportava il valore (arrotondato per difetto) del 4%, relativa al contributo dei soli additivi detergenti, mentre successivamente il dato del 4% è stato mantenuto anche nei nuovi materiali promozionali che hanno ricondotto la riduzione dei consumi all'effetto combinato degli additivi detergenti e della componente HVO del prodotto Eni Diesel+ per omogeneità di approccio rispetto alla campagna già avviata.

c) La diffusione dei messaggi

43. Secondo le informazioni e la documentazione fornite da ENI, la campagna pubblicitaria riguardante Eni Diesel+ è iniziata nel gennaio 2016 e proseguita fino al 2019, con diffusione di messaggi attraverso stampa quotidiana e periodica, TV, *internet*, cinema, radio, affissioni fisse e mobili, allestimento delle stazioni di rifornimento Eni Station e *brochure* distribuite presso le stesse stazioni di rifornimento, con una spesa di alcuni milioni di euro. In particolare, la spesa pubblicitaria è stata complessivamente compresa fra i 5 ed i 15 milioni di euro nei tre anni 2016, 2017 e 2018 [omissis]*.

Nello stesso tempo le vendite di Eni Diesel+ sono cresciute fra il 2016 e il 2018 di circa il 17% in quantità e di circa il 35% in valore ed ENI stimava una ulteriore crescita di circa il 34% in quantità e di circa il 34% in valore nel 2019.

[Omissis].

44. Nel corso del procedimento, ENI ha riferito di avere intrapreso un processo di rimozione dei messaggi e delle informazioni oggetto del procedimento, come meglio illustrato nel seguente punto relativo alle modifiche apportate alla campagna promozionale.

45. Tuttavia, riguardo alla prosecuzione della diffusione della campagna promozionale in argomento, le associazioni segnalanti in allegato alle proprie memorie conclusive, hanno prodotto stampe effettuate in data 8 novembre 2019 di due pagine del sito *internet* di ENI nelle quali, contrariamente a quanto dichiarato dal Professionista in atti, la pratica commerciale oggetto del procedimento risultava ancora in diffusione sul suo sito. I segnalanti hanno, altresì, indicato alcuni

²⁹ ENI chiarisce al riguardo che due dei parametri più importanti per la determinazione del consumo di un gasolio sono il potere calorifico e la densità; il Professionista precisa, inoltre, che, a parità di densità, gasoli che contengono fino al 15-20% di *Green Diesel* hanno un potere calorifico, espresso in MJ/litro, più elevato rispetto a quello dei gasoli commerciali contenenti FAME, grazie al maggior contenuto di idrogeno e all'assenza di ossigeno.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

indirizzi *internet* nei quali risultavano alla stessa data ancora presenti i video promozionali (sullo stesso sito web³⁰ e sulla piattaforma YouTube³¹).

III.3. Le argomentazioni difensive del Professionista

46. L'11 e il 14 novembre 2019 ENI ha trasmesso memorie con le quali ha affermato l'infondatezza delle contestazioni mosse, esponendo le misure a tutela del consumatore volontariamente adottate.

47. In tali memorie ha precisato di essere un grande gruppo industriale attivo in processi ad alto impatto ambientale e, come tale, tenuto ad ispirare, impostare e orientare la sua intera attività alla più rigida e lineare *compliance* alle prescrizioni di settore. In particolare, ENI ha ridotto il ricorso nei propri carburanti alla componente fossile a vantaggio di cariche di origine vegetale - che la norma qualifica come "sostenibili" individuandone dei limiti minimi di utilizzo - e ha aderito, su impulso della Commissione, a schemi volontari di certificazione che le basi rinnovabili integrano i requisiti normativi di sostenibilità.

In particolare, la Raffineria di Venezia di produzione della componente HVO è stata espressamente autorizzata ad operare "*in assetto produttivo Green*" dal Ministero dell'Ambiente che ha effettuato un'istruttoria tecnica in merito all'impatto della Raffineria in assetto "*Green*" su tutte le matrici ambientali, anche in base all'impegno assunto da ENI di approvvigionarsi di oli vegetali "*solo da fornitori che siano in grado di fornire i certificati di sostenibilità emessi dai sistemi di certificazione volontari approvati dalla Commissione Europea (in particolare: ISCC, 2BSvs, RSB EU RED)*".

a) Vanti di un impatto ambientale positivo

48. Il professionista fonda il ricorso ai *green claim* contenuti nelle proprie comunicazioni promozionali sulle *performance "ambientali"* consistenti nella riduzione delle emissioni gassose "*fino al 40%*" e delle emissioni di gas ad effetto serra (emissioni di CO₂).

49. Eni richiama la posizione espressa nella relazione, prodotta agli atti, sottoscritta da un esperto in materia ambientale, il quale attribuisce alla qualificazione "*green*" di un prodotto una valenza non assoluta, ma relativa rispetto al prodotto convenzionale succedaneo, e considera qualificabile come "*green*" nel suo complesso un prodotto anche quando tale valenza sia riferibile a una sola componente dello stesso, purché sia tale componente a caratterizzare il prodotto e a renderlo preferibile dal punto di vista ambientale rispetto allo standard di mercato.

Basandosi su tale relazione, ENI sostiene che il prodotto Eni Diesel+, pur essendo un prodotto che ha un impatto sull'ambiente - si tratta infatti di un carburante per autotrazione, sottoposto a processi industriali di raffinazione e destinato, come tutti i gasoli in commercio, ad essere soggetto a combustione nei motori dei veicoli e, conseguentemente, ad impattare sull'ambiente lungo il suo intero ciclo di vita - possa a pieno titolo fregiarsi della qualifica di "*green*", in quanto è caratterizzato da un biodiesel HVO, ottenuto con la tecnologia rivoluzionaria (cd. Ecofining) sviluppata insieme ad Honeywell, dotato di caratteristiche chimico-fisiche che ne aumentano la compatibilità con il gasolio fossile e ne permettono una miscelazione nella misura del 15%, mentre invece non si può superare la soglia del 7% nel caso di miscelazione con biodiesel FAME.

³⁰ Il 18 novembre 2019 una delle due pagine non risultava più disponibile, mentre risultava ancora accessibile l'altra pagina *internet* www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu.

³¹ Cfr. le pagine youtu.be/0gSdU_UNxn8, www.youtube.com/watch?v=4zxnQWIS6gk, www.youtube.com/watch?v=D-UHiryTbLE, www.youtube.com/watch?v=tChYGCreJOI.

ENI fa, inoltre, presente che anche altri produttori di HVO non esitano a denominare il prodotto come “*Green Diesel*”³² e a presentare tale prodotto in chiave ambientale, come nel caso di UOP³³ e Neste³⁴.

Secondo ENI il prodotto Eni Diesel+, con oltre il doppio di componente rinnovabile certificata, risulta quindi superiore dal punto di vista ambientale rispetto ai gasoli tradizionali che invece includono una maggiore percentuale di componente fossile.

50. Secondo ENI l’attributo “*green*”, al pari di sostenibile, come ha indicato l’Esperto nel suo contributo, non è assoluto e statico, ma ha natura relativa e mobile nel tempo, essendo soggetto a mutazioni dovute, ad esempio, all’evoluzione tecnologica e degli standard di riferimento che rendono le frontiere mobili e in continuo avanzamento. Tuttavia, il carattere relativo del giudizio di superiorità ambientale ancora la valutazione all’esistente, ossia alle alternative disponibili e utilizzate in un dato momento sul mercato (lo standard comparativo), e non a ciò che è solo possibile in base alle evoluzioni attese o auspicabili. Dunque, il legislatore UE da ultimo ha ritenuto in un’ottica programmatica (e peraltro suscettibile come tale di possibili ripensamenti o aggiustamenti) che sia desiderabile contenere l’utilizzo dell’olio di palma, per i possibili risvolti ILUC, nell’ottica di affiancarlo a basi rinnovabili di seconda (grassi animali o oli esausti di frittura) e terza generazione (biomasse derivate da alghe e rifiuti) con minore impatto in termini di emissioni climalteranti. Solo che attualmente tali alternative non sono ancora disponibili, nella misura in cui servirebbero e, soprattutto, non sono utilizzate dai prodotti rivali di Eni Diesel +, ossia dai comparatori su cui si misura la *performance* ambientale relativa del prodotto in questione.

51. Inoltre, anche se utilizza prevalentemente olio di palma per la componente HVO, esso è certificato come “sostenibile” dagli schemi di certificazione riconosciuti a livello UE, quali ISCC e 2BSvs, in quanto garantisce una riduzione delle emissioni climalteranti (CO₂) almeno pari al 50% rispetto alla componente fossile considerato l’intero ciclo di vita del carburante. Pertanto, l’olio di palma utilizzato da ENI, in quanto certificato, riduce per definizione le emissioni di CO₂.

ENI richiama, al riguardo, due casi che l’Autorità ha archiviato, uno relativo al *claim* riferito all’olio di palma per cui “*la sua coltivazione sostenibile aiuta a rispettare la natura*”, e l’altro relativo al *claim* “*le principali aziende utilizzatrici di olio del frutto di palma sono impegnate ad acquistare solo ed esclusivamente tale ingrediente con certificazione di sostenibilità ambientale. quindi sì, l’olio di palma rispetta l’ambiente e la salute*”, rilevando che tale posizione assunta dall’Autorità appare assolutamente allineata alle determinazioni del Governo italiano che in data 6 giugno 2017 (ossia a campagna Eni abbondantemente avviata) ha sottoscritto la *Amsterdam Palm Oil Declaration* che lungi dal “demonizzare” l’olio di palma (che anzi è riconosciuto come materia prima importante a livello produttivo e di consumo) induce a concentrare gli sforzi degli operatori affinché raggiunga l’obiettivo di assicurare che il 100% dell’olio di palma risulti certificato, a conferma della centralità ai presenti fini della nozione di certificazione di sostenibilità.

³² ENI rileva anche che si tratterebbe di una denominazione di uso comune registrata anche da Wikipedia secondo cui “*Vegetable oil refining is a process to transform vegetable oil into biofuel by hydrocracking or hydrogenation. [...] Diesel fuel produced from these sources is known as green diesel or renewable diesel*”, cfr. la pagina en.wikipedia.org/wiki/Vegetable_oil_refining.

³³ Cfr. la pagina internet www.uop.com/processing-solutions/renewables/green-diesel/.

³⁴ Cfr. la pagina internet www.neste.com/neste-green-diesel-has-proved-success-during-its-firstmonth.

52. ENI precisa di non voler negare o ignorare il dibattito in merito ai rischi connessi a un uso eccessivo dell'olio di palma e gli approdi a cui è giunto il legislatore UE con il Regolamento Delegato n. 2019/807 della Commissione, con cui tali coltivazioni sono state identificate come ad *“alto rischio ILUC”*, ma osserva che la valutazione dei cambiamenti indiretti della destinazione dei terreni (cd. ILUC) non è considerata rilevante dagli schemi di certificazione ed è stata considerata di recente solo in una prospettiva programmatica dalla normativa UE, ENI cita a tale riguardo un rapporto della Commissione europea del 13 marzo 2019 in cui si legge *“ILUC cannot be observed or measured”* [...] *“ILUC emissions cannot be measured with the level of precision required to be included in the EU GHG emission calculation methodology”*³⁵.

ENI non rivendica di utilizzare le migliori basi rinnovabili immaginabili (anche se l'olio di palma è in concreto l'unica disponibile in grandi quantità), ma di offrire al consumo il diesel che, allo stato, ha la migliore *performance* ambientale in termini di riduzione della CO₂ rispetto agli altri gasoli, che contengono una maggiore percentuale di componente fossile.

Secondo ENI, in altri termini, l'ILUC è un profilo che, con tutti i *caveat* del caso, potrebbe rendere meno preferibile l'olio di palma rispetto ad altre risorse rinnovabili di nuova generazione, ma non per questo fa risultare ad oggi tale componente meno sostenibile rispetto a quella fossile.

b) Vanti di riduzione delle emissioni e dei consumi

53. ENI ricorda che i test condotti dal CNR – Istituto Nazionali Motori confermano che l'Eni Diesel+, anche in fase di utilizzo da parte dei consumatori, comporta una significativa riduzione delle emissioni gassose inquinanti misurate allo scarico e dei consumi.

b.1) Riduzione delle emissioni gassose

54. In ordine al vanto del raggiungimento del 40% di minori emissioni allo scarico, ENI afferma che *“l'utilizzo della locuzione “fino al” vale evidentemente a identificare una soglia limite che può essere integrata per certe tipologie di emissioni e/o classe di veicoli”*.

ENI rileva che la locuzione *“fino al 40%”*, a fronte della inevitabile variabilità delle prestazioni dei veicoli, serve a rendere edotti i consumatori del fatto che non si tratta di un valore medio conseguibile nella generalità dei casi, ma della percentuale massima di riduzione delle emissioni in questione che in condizioni normali di utilizzo, e a seconda dei veicoli, può essere raggiunta.

55. Ciò analogamente ai precedenti dell'Autorità nel caso dei servizi di comparazione *online* di polizze assicurative RCA³⁶ per il *claim* *“fino a 500 euro”*, in cui l'Autorità ha ritenuto sufficiente l'impegno dei professionisti a precisare, tramite un rinvio ad altra fonte informativa, in che percentuali di casi fosse effettivamente raggiungibile tale risultato, nonché nel caso PS2220/Agip Blu Diesel Tech, in cui il *claim* *“fino a 500 km in più ogni 20.000 km percorsi”* è stato ritenuto tale da *“rendere edotto il consumatore medio target del messaggio che il beneficio pubblicizzato nel claim sulla percorrenza non costituisce un valore medio conseguibile dalla generalità dei veicoli diesel [ma] [...] il massimo ottenibile («fino a»)”*.

³⁵ Cfr. la Relazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni *“sullo stato di espansione della produzione delle pertinenti colture alimentari e foraggere nel mondo”* (in inglese *“Report on the status of production expansion of relevant food and feed crops worldwide”*).

³⁶ Cfr. AGCM, PS9212 – *Facile.it/Comparatore RC Auto*; PS91518 – *6Sicuro.it/Comparatore RC Auto*.

Riguardo alla circostanza per cui i test effettuati dal CNR si sono “limitati” alle categorie Euro 4, Euro 5 e Euro 6, e non anche alle precedenti, ENI rileva che i veicoli diesel di categoria Euro 3 vantavano, già nel 2018, un’anzianità minima di 12 anni e oggi risultano interdetti alla circolazione in molte città italiane, proprio a causa delle rilevanti emissioni inquinanti da essi sprigionate. In ogni caso, anche per i veicoli precedenti all’Euro 4, l’utilizzo dell’Eni Diesel + determinerebbe una riduzione simile delle emissioni gassose in considerazione della vastissima letteratura scientifica che dimostra come la riduzione di emissioni di CO e HC sia legata in via preponderante alla maggiore presenza di cetano all’interno del combustibile e del fatto che l’Eni Diesel+ contenga un più elevato numero di cetano rispetto al diesel tradizionale in commercio sul mercato italiano, (l’Eni Diesel + ha un numero di cetano sempre superiore a 55, mentre il gasolio tradizionale è caratterizzato da un numero di cetano più limitato, compreso tra 51 e 52).

Inoltre, nessun messaggio pubblicitario rivendica mai la riduzione delle emissioni di NOx o si riferisce a tale specifica categoria di emissioni. Anzi, ove il formato comunicativo lo consentiva, erano gli stessi messaggi pubblicitari a precisare – come ulteriore elemento di dettaglio – che la riduzione delle emissioni gassose è riferita principalmente ad HC e CO.

b.2) Riduzione in media del 5% delle emissioni di CO2

56. In ordine al vanto di una riduzione in media del 5% delle emissioni di anidride carbonica (CO₂), ENI precisa che tale vanto nei propri messaggi non va inteso come relativo alla misura delle emissioni delle vetture, ma invece andrebbe correttamente riferito alla riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra (CO₂) associate ai carburanti durante tutto il “ciclo di vita”, dalla coltivazione/produzione della materia prima, alla trasformazione, al suo utilizzo finale (di qui il riferimento al “*processo ad alta sostenibilità*” contenuto nei *claim* che valorizzano il dato in questione).

Quanto alla quantificazione concreta di tali emissioni, di cui ENI nella sua campagna rivendica una riduzione in media del 5% rispetto ai gasoli tradizionali, ENI precisa che i calcoli sono stati condotti in stretta aderenza alla metodologia “*Well to Wheels*” che corrisponde allo standard valutativo ufficialmente adottato a livello UE dagli organi tecnici che assistono la Commissione europea nella valutazione degli effetti connessi al ciclo di vita dei carburanti. Pertanto, i vanti di minore impatto ambientale e di riduzione in media del 5% delle emissioni climalteranti costituiscono il precipitato immediato e diretto dell’attuale assetto normativo valutativo e di controllo/certificazione a cui ENI è soggetta.

57. Il Professionista sostiene che la presenza nell’Eni Diesel+ di un 15% di componente biodiesel HVO (che denomina *Green Diesel*), prodotta nella bioraffineria Eni di Venezia da olio di palma e da olii esausti lavorati, consentirebbe un minore impatto ambientale attraverso la sua minore c.d. “Carbon Intensity” (emissioni di CO₂), rispetto a quella dei gasoli commerciali, contenenti un massimo del 7% di componente biodiesel FAME (limite previsto dalla specifica UE EN590).

58. Riguardo alla contestazione che non sarebbe chiaro nei messaggi pubblicitari che la vantata riduzione delle emissioni di CO₂ vada riferita all’intero ciclo di vita del prodotto, ENI afferma che i messaggi contengono al loro interno le informazioni di cui il consumatore necessita per poter assumere una decisione commerciale consapevole, tenuto conto del contesto in cui sono rappresentate, tanto da fornire gli opportuni dettagli sui parametri certamente più significativi nella prospettiva del consumatore medio, con *claim* associati al processo di produzione del carburante:

“Un tenore così elevato di componenti green prodotte attraverso un processo ad alta sostenibilità consente di ridurre le emissioni di CO₂ in media del 5%”); “Eni Diesel+ contribuisce a ridurre l’impatto ambientale e i consumi rispetto al diesel tradizionale. Questo grazie al 15% di componente green rinnovabile, una componente completamente idrocarburica e con un alto potere energetico, prodotta nella bioraffineria Eni di Venezia”³⁷.

b.3) Riduzione dei consumi

59. Riguardo al *claim* della possibilità per i clienti che utilizzano Eni Diesel+ di realizzare un risparmio di consumi fino al 4% rispetto a un gasolio tradizionale, ENI ritiene di poter utilizzare, a fronte di due tipologie di vetture per cui si registrano riduzioni massime nell’ordine rispettivamente del 3% e 6%³⁸, la locuzione “fino a”, peraltro accompagnata a un valore del 4%, che si colloca prudenzialmente tra i due estremi.

A tale riguardo ENI sostiene la correttezza del proprio operato in coerenza con le conclusioni raggiunte dall’Autorità nel caso BluDiesel Tech, nel quale è stato ritenuto non scorretto il *claim* di una riduzione dei consumi e dunque maggiore percorrenza “fino a 500 Km” a fronte di test che registravano nelle due categorie di auto rispettivamente una riduzione dei consumi massima del 2,1% (maggiore percorrenza di 420 Km) e del 2,4% (maggiore percorrenza di 480 Km).

60. Secondo ENI, in ogni caso, anche volendo considerare la vettura “meno performante”, alla luce dei risultati sperimentali l’azione dei detergenti (-2,9%) combinata a quella della componente HVO (-1% ulteriore) consente di raggiungere o comunque approssimarsi al centesimo alla soglia del 4%.

61. Infine, ENI sostiene di non aver mai rivendicato o lasciato intendere che la riduzione del 4% dei consumi fosse esclusivamente o principalmente riferibile alla componente HVO, ma avrebbe sempre fatto riferimento ad un’azione combinata degli additivi e di tale componente.

c) Sulla misura della eventuale sanzione

62. In conclusione, nella denegata ipotesi in cui l’Autorità dovesse ritenere di accertare l’illegittimità della condotta oggetto di contestazione, ENI rileva che l’applicazione di misure sanzionatorie sarebbe assolutamente impropria e ingiustificata, in considerazione della novità della fattispecie, dell’elemento soggettivo e della limitata durata della condotta, della natura ingannevole e non aggressiva della stessa in assenza di un pregiudizio economico per i consumatori, delle caratteristiche del consumatore medio di riferimento e del comportamento collaborativo tenuto da Eni nel corso del procedimento, nonché del processo di profondo ripensamento del modello operativo ENI in chiave sostenibile. ENI ha investito a tal fine risorse ingentissime per l’adeguamento dei propri processi produttivi e per la ricerca di soluzioni innovative per l’ambiente, in coerenza con il quale ha impostato la propria campagna di comunicazione istituzionale sugli sforzi profusi sui temi ambientali.

³⁷ Invece nel caso delle emissioni gassose allo scarico, i *claim* siano sempre associati e circoscritti al funzionamento del motore: “Eni Diesel+, anche grazie al 15% di componente rinnovabile riduce i consumi, garantendo la piena potenza del motore. Già, i consumi sono ridotti fino al 4% e le emissioni gassose fino al 40%”; “Eni Diesel+ aiuta a mantenere la piena potenza del motore, riduce i consumi fino al 4% e le emissioni gassose fino al 40%”; “Le ottime caratteristiche di combustione impartite dalla componente green al prodotto consentono inoltre di ridurre le emissioni allo scarico di ossidi di carbonio e di idrocarburi incombusti fino al 40%”).

³⁸ In realtà 4% e 7% considerando il maggiore apporto calorifico dell’Eni Diesel + su cui vedi *infra*.

III.4. Le modifiche apportate alla campagna promozionale

63. La Società dichiara che, pur essendo consapevole della bontà delle proprie ragioni, si è determinata a sottoporre all’Autorità e ad attuare varie misure correttive, ivi incluso l’impegno a non utilizzare il termine *green* nella comunicazione relativa all’Eni Diesel+.

64. In particolare, la Società ha adottato, o sta adottando con i tempi sotto indicati, le seguenti misure:

i. interruzione dell’attuale campagna pubblicitaria relativa all’Eni Diesel + sui canali ancora attivi:

- sul proprio sito *internet* (interruzione già avvenuta mediante l’integrale oscuramento della pagina dedicata al prodotto Eni Diesel+ <https://www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu>) a cui seguirà la modifica delle altre pagine rilevanti secondo quanto indicato al punto (iii);

- presso gli impianti di distribuzione di carburanti: l’interruzione segue un piano di disallestimento dei materiali pubblicitari apposti su totem, appendini, fondistazione, sovrappompe, etc., attualmente presenti nelle 3677 stazioni di servizio a marchio Eni diffuse su tutto il territorio nazionale; ENI prevede che l’attività di disallestimento sarà interamente completata prima del termine di conclusione del Procedimento (22 dicembre 2019) e che già al 30 novembre 2019 saranno interamente disallestite oltre 1850 stazioni di servizio. Come meglio chiarito oltre, la rimozione dei materiali non prevede la contestuale sostituzione degli stessi con altre campagne pubblicitarie, circostanza che, se da un lato, consente di accelerare la tempistica di rimozione, dall’altro, determina un elevato onere per Eni, sia sotto il profilo commerciale che dal punto di vista dell’immagine.

ii. ENI rinuncia a riproporre campagne promozionali che riguardino i carburanti premium, sui canali di comunicazione *mass media* (tv, radio, giornali) e spazi pubblicitari presso gli impianti di distribuzione di carburanti, almeno per un semestre. Data, infatti, la situazione di incertezza generata dal rigetto delle misure correttive proposte in sede di impegni e dalle contestazioni molto parcellizzate formulate dagli Uffici nella successiva comunicazione finale, non risultavano completamente chiari i principi e le coordinate a cui ENI avrebbe dovuto attenersi nella ridefinizione della campagna pubblicitaria, motivo per cui la Società ha preferito – anche in un’ottica cautelativa – rinunciare a tale opzione;

iii. ENI rinuncia ad utilizzare il termine “*green*” nelle pagine e i messaggi relativi all’Eni Diesel+ che continueranno ad essere pubblicati sul proprio sito *internet*;

iv. in caso di eventuali future campagne promozionali riguardanti l’Eni Diesel+ il Professionista non utilizzerà il termine “*Green*” nei propri *claim* o messaggi pubblicitari, se non dopo averne previamente condiviso l’utilizzo con l’Autorità³⁹;

v. ENI assegnerà ad un soggetto terzo indipendente l’incarico di: (a) svolgere verifiche e test degli specifici vanti di tipo “quantitativo” e/o qualitativo a cui future comunicazioni pubblicitarie relative ai carburanti premium di Eni potrebbero fare eventualmente riferimento; (b) redigere apposite relazioni attestanti la correttezza dei risultati dei test ed il periodo di validità dei test stessi che saranno utilizzati per chiarire ai consumatori la possibilità di ottenere tali vantaggi “nella vita di tutti i giorni”, tramite la pubblicazione online.

III.5. Le argomentazioni svolte dalle associazioni segnalanti

65. Le associazioni segnalanti hanno fatto pervenire in data 2 luglio e 11 novembre 2019 memorie con le quali sostengono la ingannevolezza della campagna pubblicitaria oggetto del procedimento

³⁹ La Società si riserva di valutare l’eventuale utilizzo di marchi registrati.

che sarebbe, a loro avviso, tale da distogliere l'attenzione dei consumatori dagli effetti negativi del prodotto pubblicizzato per l'ambiente.

66. In particolare, la composizione della componente biodiesel HVO del prodotto Eni Diesel+ non potrebbe giustificare la qualificazione del carburante offerto in vendita ai consumatori come "rinnovabile" ed efficace per la mitigazione delle emissioni di CO₂ nei trasporti, in quanto a tal fine gli effetti dell'uso dell'olio di palma per la produzione di biodiesel andrebbero valutati includendo l'effetto che lo stesso ha in termini di cambiamento della destinazione dei terreni (c.d. *ILUC, Indirect Land Use Change*), tanto da dover essere completamente escluso dalla composizione dei biocarburanti commercializzati in Europa entro il 2030⁴⁰.

67. Anche riguardo all'utilizzo di scarti di lavorazione le segnalanti rilevano che gran parte del biodiesel usato in Italia deriverebbe, oltre che da olio di palma, da derivati dalla lavorazione di olio di palma, considerati formalmente dei rifiuti per la produzione alimentare, ma il cui utilizzo contribuisce alla valorizzazione delle piantagioni di palma, alla loro estensione e, quindi, alla distruzione di nuove foreste tropicali e torbiere⁴¹.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

68. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche attraverso mezzi di comunicazione di massa, in data 15 novembre 2019 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

69. Con parere pervenuto in data 18 dicembre 2019, la suddetta Autorità ha rilevato che, "*con riferimento al caso di specie, il consumatore medio potrebbe essere stato condizionato all'acquisto dei prodotti dalla presenza di messaggi pubblicitari e l'efficacia di tali messaggi potrebbe essere stata amplificata dalla contemporanea diffusione sulla rete radiofonica e televisiva, sui quotidiani, nonché in Rete, per loro natura mezzi di comunicazione di immediata percezione e impatto*", ritenendo che "*pertanto, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie i mezzi di comunicazione utilizzati siano strumenti idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è stato richiesto il parere*".

⁴⁰ Le segnalanti citano a tal riguardo la pubblicazione da parte della Commissione Europea, il 21 maggio 2019, del Regolamento Delegato (UE) 2019/807 del 13 marzo 2019, che integra la direttiva (UE) 2018/2001 sulle energie rinnovabili del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda la determinazione delle materie prime a elevato rischio di cambiamento indiretto di destinazione d'uso dei terreni per le quali si osserva una considerevole espansione della zona di produzione in terreni che presentano elevate scorte di carbonio e la certificazione di biocarburanti, bioliquidi e combustibili da biomassa a basso rischio di cambiamento indiretto di destinazione d'uso dei terreni.

Le segnalanti rilevano, inoltre, che i derivati dalla lavorazione di olio di palma, pur essendo considerati dei rifiuti per la produzione alimentare, contribuiscono alla valorizzazione delle piantagioni di palma, alla loro estensione e quindi alla distruzione di nuove foreste tropicali e torbiere.

⁴¹ Le segnalanti fanno presente che dalla Proposta di Piano Energia e Clima pubblicata dal Governo alla fine del 2018 si evince come la gran parte del biodiesel usato in Italia deriverebbe da olio di palma (216 mila t nel 2016 e 138 mila t nel 2017) e da "derivati dalla lavorazione di olii vegetali" (428 mila tonnellate nel 2016 e ben 585 mila nel 2017), in buona parte importati dall'Indonesia (376 mila tonnellate nel 2016 e 446 mila nel 2017), Paese leader mondiale nella produzione di olio di palma.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

70. Ai fini della valutazione dei messaggi pubblicitari in argomento, è utile rilevare che tutti i *claim* che formano oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento sono qualificabili come di carattere “*ambientale*”, riguardando il positivo impatto ambientale connesso all’utilizzo del carburante Eni Diesel+, in ragione della componente dello stesso vantata come “*green*”, nonché delle asserite caratteristiche di tale carburante in termini di risparmio dei consumi e di riduzioni delle emissioni gassose e di CO₂.

71. Si citano, ad esempio, *claim* quali “*Inoltre Eni Diesel+ grazie al 15% di componente green rinnovabile, prodotto nella bioraffineria Eni di Venezia, riduce l’impatto ambientale e i consumi rispetto al diesel tradizionale sul mercato italiano*”⁴²; “*Eni Diesel+, anche grazie al 15% di componente rinnovabile riduce i consumi, garantendo la piena potenza del motore. Già, i consumi sono ridotti fino al 4% e le emissioni gassose fino al 40% (..)*”⁴³.

Inoltre, in alcuni messaggi, si ricollega in primo luogo a tale caratteristica del carburante proprio la riduzione dei consumi, presentando gli additivi detergenti come mera concausa di detta riduzione, con *claim* come “*l’utilizzo di Eni Diesel+ determina: (..) riduzione dei consumi fino al 4% per effetto dell’azione combinata della componente rinnovabile ad elevato potere calorifico e dell’additivo detergente*”⁴⁴.

72. Ebbene, come rappresentato di seguito in dettaglio, alla luce delle informazioni fornite sia dal Professionista che dalle associazioni segnalanti risultano confermati i profili di scorrettezza contestati riguardo alla ingannevolezza dei messaggi e delle informazioni diffusi e concernente il prodotto Eni Diesel+.

73. I messaggi e le informazioni sono, infatti, articolati in modo tale da indurre i destinatari a confondere la componente HVO denominata “*Green Diesel*” con il prodotto pubblicizzato EniDiesel+, nonché ad attribuire al prodotto nel suo complesso i vanti ambientali ascritti a tale sua componente, alcuni dei quali non risultano, peraltro, fondati alla luce delle risultanze istruttorie. In particolare, i suddetti messaggi lasciano intendere che le specifiche caratteristiche migliorative del prodotto sarebbero da attribuire in maniera significativa alla sua componente HVO definita da ENI come “*Green Diesel*” e, dunque, che la vantata natura di prodotto asseritamente orientato alla protezione dell’ambiente deriverebbe e si ricollegerebbe al miglioramento delle prestazioni del prodotto.

a) Vanti di un impatto ambientale positivo

74. I messaggi in esame attribuiscono al prodotto, in maniera suggestiva ma anche assertiva, un impatto ambientale positivo, o addirittura un effetto di protezione e cura dell’ambiente. A ben vedere e diversamente da quanto sostenuto dal professionista, essi veicolano l’idea di un impatto ambientale

⁴² Confronta la pagina internet www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu e la pagina internet www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu?gclid=EAlalQobChMloKO_p7eD4AIVQtOyCh3pTQIGEAAYASAAEgKqQfD_BwE e la pagina internet multicard.eni.com/multicard/it_IT/news-detail.page?id=3&title=vuoi-che-la-tua-auto-duri-di-piu-e-inquini-meno?-prova-eni-diesel-+!&date=undefined.

⁴³ Cfr la pagina internet multicard.eni.com/multicard/it_IT/news-detail.page?id=3&title=vuoi-che-la-tua-auto-duri-di-piu-e-inquini-meno?-prova-eni-diesel-+!&date=undefined.

⁴⁴ Cfr. la pagina internet oilproducts.eni.com/it_IT/prodotti/carburanti-e-combustibili/trazione/gasolio/eni-diesel.

positivo in termini assoluti e non relativi. Tali vantì ambientali vengono attribuiti a volte direttamente al prodotto EniDiesel+, a volte indirettamente allo stesso in virtù della presenza in tale prodotto di una componente HVO, che viene denominata da ENI “*Green Diesel*” e qualificata “*green*” e/o “*rinnovabile*”.

75. Al riguardo occorre sottolineare che i cosiddetti *claim* ambientali o verdi (detti anche “*green claims*” o “*environmental claims*”), diretti a suggerire o, comunque, a lasciar intendere o anche solo a evocare il minore o ridotto impatto ambientale del prodotto offerto, sono diventati un importante strumento pubblicitario in grado di orientare significativamente le scelte di acquisto dei consumatori, sulla base della loro accresciuta sensibilità verso tali tematiche.

Per tale motivo essi devono riportare i vantaggi ambientali del prodotto in modo puntuale e non ambiguo, essere scientificamente verificabili e, infine, devono essere comunicati in modo corretto, criteri e condizioni che nel caso di specie, anche alla luce delle informazioni acquisite, non risultano rispettate.

a.1) Il prodotto

76. Nel caso di specie va in primo luogo rilevato che nei messaggi pubblicitari diffusi da ENI i vantì pubblicizzati vengono riferiti a volte alla componente HVO denominata “*Green Diesel*” e a volte al prodotto nel suo complesso, in particolare attraverso il logo “*green eni diesel+*”, inducendo i destinatari a confondere la stessa componente HVO con il prodotto pubblicizzato EniDiesel+ e ad intendere come attribuibili al prodotto nel suo complesso i vantì ascritti a tale sua componente.

77. In alcuni messaggi si utilizza una veste grafica particolarmente suggestiva, come ad esempio nel cartello collocato al di sopra della pompa di rifornimento, in cui la qualificazione “*green*” è associata al nome del prodotto in un riquadro che figura in alto come principale *claim* del messaggio.

Analoga enfasi viene posta nella associazione della qualificazione “*green*” al nome del prodotto nei messaggi pubblicitari relativi all’ utilizzo di Eni Diesel+ sui mezzi pubblici, diffusi rispettivamente a bordo degli autobus di Torino e agli approdi dei traghetti di Venezia.

In altri casi il *claim* principale associa al prodotto Eni Diesel+ la cura per l’ambiente, come ad esempio nel messaggio diffuso via stampa sopra riprodotto in cui, inoltre, il testo sottostante lo confonde con la componente HVO, dicendo che è “*prodotto nella bioraffineria ENI di Venezia*”.

78. Si rileva che il termine inglese “*green*”, così come il corrispondente italiano “*verde*”, evocano nel consumatore medio l’idea di un beneficio assoluto per l’ambiente o comunque di un’assenza di danno per l’ambiente, essendo di per sé privi di un significato più puntuale e comunemente comprensibile relativo appunto all’impatto ambientale di un dato prodotto o processo produttivo⁴⁵ e, pertanto, possono essere utilizzati come elemento fondante di vantì concreti relativi alle prestazioni di un prodotto pubblicizzato solo se quest’ultimo effettivamente apporta un vantaggio ambientale dimostrabile di carattere assoluto e non relativo.

79. Nei messaggi in argomento, invero, la qualificazione del prodotto come “*green*” viene utilizzata in maniera suggestiva per evocare il minore o ridotto impatto ambientale del prodotto offerto ed indurre il destinatario dei messaggi ad associare il prodotto stesso ad un effetto addirittura positivo

⁴⁵ Ad esempio l’Agenzia europea dell’ambiente nella propria informativa attualmente pubblicata a proposito della “*Green economy*”, premette che “*The term ‘green economy’ is not consistently defined as it is still an emerging concept*”, cfr. la pagina internet www.eea.europa.eu/publications/europes-environment-aoa/chapter3.xhtml#note22.

per l'ambiente, senza permettere ai destinatari di contestualizzare gli stessi e quindi farne una decodifica più puntuale.

80. In alcuni messaggi, inoltre, altri *claim* come “*Prova Eni Diesel+ per allungare la vita della tua auto prendendoti cura del motore e dell'ambiente*” attribuiscono all'utilizzo del prodotto un effetto di “*cura (...) dell'ambiente*” e sono idonei a rafforzare la suggestione con la quale il destinatario viene indotto ad associare il prodotto a una puntuale positività per l'ambiente.

81. I messaggi, tuttavia, riguardano un gasolio per autotrazione, ovvero un carburante che per sua natura è un prodotto altamente inquinante e che, evidentemente, non può essere considerato “*green*” né tantomeno attraverso il suo utilizzo è possibile prendersi cura dell'ambiente. In tal caso, l'utilizzo di vanti ambientali generici appare, dunque, creare elevata confusione sulle caratteristiche e sugli effetti dell'utilizzo di un prodotto il cui impiego ha certamente un impatto ambientale negativo, ingannando in tal modo i consumatori.

82. Non risulta, in particolare, corretto nella comunicazione pubblicitaria di ENI - rivolta al consumatore medio e non a una platea di addetti ai lavori - utilizzare in modo non circostanziato il termine “*green*” e altri generici vanti ambientali, ovvero si intenda solo semplicemente veicolare un minore effetto negativo sull'ambiente rispetto a quello di altri carburanti per autotrazione.

83. Peraltro, nel caso di specie, mancano nei messaggi quegli ulteriori chiarimenti o “*specificazioni (cd. claim di supporto) che rendano chiaro, specifico, circostanziato e accurato il beneficio ambientale, rispetto alla capacità di comprensione del destinatario*”, che secondo la stessa relazione dell'esperto in materia ambientale prodotta da ENI devono accompagnare *claim* come “*green*”, “*amico dell'ambiente*”, “*riduce l'impatto ambientale*” o “*aiuta la natura*” per consentire di contestualizzare i *green claims* e comprendere esattamente quale sia l'effettivo impatto ambientale del prodotto.

84. Tale opinione ricalca gli orientamenti emersi in sede internazionale⁴⁶, secondo i quali incombe un onere informativo minimo imprescindibile a carico dei professionisti riguardo al significato di vanti diretti a suggerire o, comunque, a lasciar intendere, o anche solo a evocare il minore o ridotto impatto ambientale del prodotto o servizio offerto (cosiddetti *claim* ambientali o verdi, detti anche *green claims* o *environmental claims*).

85. Ebbene, nei messaggi diffusi da ENI manca qualsiasi informazione di supporto che potrebbe eventualmente permettere ai destinatari di effettuare una compiuta decodifica dei messaggi e delle informazioni diffusi da ENI.

Pertanto, l'utilizzo in maniera assertiva - come sinonimi di un impatto ambientale positivo - di *claim* che possono anche essere “tecnicamente” veri in base a una accezione normativa o accademica, ma che non sono univocamente significativi per un consumatore risulta – come sopra rilevato – suscettibile di indurre in errore i consumatori.

⁴⁶ Cfr. il documento “*Compliance Criteria on Environmental Claims*” disponibile all'indirizzo internet ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/environmental-claims/index_en.htm, le “*Linee Guida sull'applicazione della Direttiva sulle Pratiche Commerciali scorrette*”, così come aggiornate e pubblicate in data 25 Maggio 2016 disponibili all'indirizzo internet ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/unfairpractices/index_en.htm, il “*Consumer market study on environmental claims for non-food products*” della Commissione europea, Justice and Consumers, July 2014, disponibile all'indirizzo internet ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/environmental_claims/index_en.htm, nonché le appendici e i report collegati.

a.2) La componente HVO

86. Nei messaggi, inoltre, si utilizzano spesso con riferimento più specifico alla componente HVO la denominazione “*Green Diesel*”⁴⁷, le qualifiche “*green*” e “*rinnovabile*” e altri *claim* di tutela dell’ambiente come negli esempi di seguito riportati: “*Il 15% di Eni Diesel+ è rinnovabile, per questo aiuta a proteggere l’ambiente. E usandolo lo fai anche tu, grazie a una significativa riduzione delle emissioni*”⁴⁸; “*il nuovo gasolio premium di eni con il 15% di “Green Diesel”, una innovativa componente rinnovabile prodotta da HVO (Hydrotreated Vegetable Oil) presso la bioraffineria di Venezia, attraverso la tecnologia proprietaria Ecofining*”⁴⁹; “*A circa tre anni dal lancio Eni Diesel+ continua ad essere il gasolio premium di riferimento sul mercato italiano, grazie alla componente rinnovabile, green, presente al 15%*”⁵⁰.

Si tratta di messaggi idonei a rafforzare la suggestione che l’utilizzo del prodotto abbia un impatto positivo per l’ambiente.

87. Si rileva che, anche con riferimento alla componente HVO, tali concetti vengono prospettati al consumatore in maniera generale e suggestiva per indurre il destinatario dei messaggi ad associare il prodotto ad una generale idea di positività per l’ambiente, ad un impatto favorevole per lo stesso, sfruttando una accezione di “*verde*” e/o “*rinnovabile*” cui il consumatore medio associa una valenza positiva assoluta, essendo soggetto ad un fenomeno psicologico di “*framing*” informativo⁵¹ nel quale è collocato in considerazione della ampia diffusione di notizie e di messaggi promozionali nei quali si esalta la positività per l’ambiente di prodotti e processi produttivi “*verdi*” e/o “*rinnovabili*”.

88. Anche con riferimento a questa componente la qualifica di “*green*” appare tuttavia scorretta in quanto trattasi di prodotto industriale utilizzato come combustibile per autotrazione, che per sua natura ha un rilevante impatto negativo sull’ambiente. Sebbene non si disconoscano le evidenze e spiegazioni addotte dal professionista a supporto della composizione e del processo industriale relativo a tale componente, i messaggi ed i *claim* ambientali utilizzati non appaiono invero giustificati e in grado di veicolare correttamente al consumatore il reale, limitato e relativo beneficio ambientale ascrivibile a tale specifica componente.

⁴⁷ L’unica giustificazione per la denominazione “*Green Diesel*” sembra essere l’esistenza del marchio registrato “*Green Diesel*”, che però nei messaggi non viene resa riconoscibile come tale.

⁴⁸ Cfr. la pagina internet www.youtube.com/watch?v=D-UHiryTbLE.

⁴⁹ Cfr. la pagina internet oilproducts.eni.com/it_IT/prodotti/carburanti-e-combustibili/trazione/gasolio/eni-diesel.

⁵⁰ Confronta la pagina internet www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu e la pagina internet www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu?gclid=EAAlQobChMloKO_p7eD4AIVQtOyCh3pTQIGEAAYASAAEgKqQfD_BwE e la pagina internet multicard.eni.com/multicard/it_IT/news-detail.page?id=3&title=vuoi-che-la-tua-auto-duri-di-piu-e-inquini-meno?-prova-eni-diesel-+!&date=undefined.

⁵¹ Si definisce come “*framing*” la sensibilità della scelta economica da effettuare rispetto alle modalità di presentazione degli elementi rilevanti, in considerazione della “*razionalità limitata*” del consumatore, ovvero del fatto che la capacità decisionale degli esseri umani risente dei limiti delle capacità cognitive di chi deve prendere la decisione rispetto al numero di stimoli ricevuti, alla capacità di mantenere nel tempo la propria attenzione e alla capacità di conservare la memoria di tutte le informazioni ricevute. La razionalità limitata induce alcune “*distorsioni*” (cioè, allontanamenti dal modello di decisore razionale e con capacità cognitive illimitate) nelle decisioni di scelta, tra cui, oltre al richiamato “*framing*”, si ricordano: *i*) l’allocazione di scarsa attenzione a scelte che avvengono infrequentemente e che sono collegate a spese di modesta incidenza sul bilancio familiare; *ii*) l’uso di “*euristiche*” (p.es., concentrarsi solo su alcuni aspetti ritenuti importanti, ad esempio la presenza di sconti) per semplificare le decisioni in modo da economizzare tempo e capacità di attenzione ed elaborazione; *iii*) la concentrazione dell’attenzione sulle informazioni ricevute per prime.

89. Lo stesso dicasi con riferimento all'utilizzo del termine "rinnovabile", peraltro impiegato sempre in abbinamento a "green", che parimenti evoca nel consumatore l'idea di un beneficio per l'ambiente, essendo da molti anni identificato come caratteristica principale di alcune fonti energetiche tradizionali che non hanno impatto sull'ambiente (come la luce solare, il vento, la pioggia, le maree, le onde ed il calore geotermico) o di recupero di prodotti di scarto.

90. In particolare, a tale termine non si può, invece, associare un valore altrettanto univoco ed immediato in termini di impatto ambientale se, come nel caso di specie, si riferisce alla generazione di energia da prodotti dell'agricoltura, risultando appunto l'olio di palma la prevalente materia prima utilizzata per la componente HVO; e ciò in quanto, in tale settore l'impatto ambientale può risultare o meno positivo anche a seconda delle modalità con le quali si ottiene il prodotto utilizzato, ad esempio in considerazione dell'effetto che può avere la sostituzione delle colture finalizzate alla sua produzione su terreni già sede di colture tradizionali o di vegetazione autoctona.

b) Vanti di riduzione delle emissioni e dei consumi

91. Nei messaggi in argomento si rappresentano vantii di riduzione delle emissioni gassose "fino al 40%", delle emissioni di CO₂ del 5% in media e dei consumi "fino al 4%", che risultano tali da rafforzare i sopra richiamati vantii "green" attribuiti al gasolio ENI Diesel +.

92. I vantii in argomento sono estremamente generici sia nei casi in cui prospettano la riduzione "fino al 40%" delle emissioni gassose, che del 5% in media delle emissioni di CO₂ e "fino al 4%" dei consumi.

Tali vantii sono, pertanto, idonei ad essere intesi dai destinatari dei messaggi come informazioni che sarebbero valide nella generalità dei casi e per la generalità delle vetture, relative ad una riduzione che dovrebbe essere del 5% in media delle emissioni di CO₂ e che potrebbe arrivare, nelle condizioni più favorevoli, rispettivamente al 40% e al 4% per le emissioni gassose e i consumi.

In particolare ciò vale riguardo all'utilizzo della locuzione "fino a". Proprio facendo riferimento agli orientamenti della Commissione Europea sulla valutazione delle pratiche commerciali sleali⁵² - dallo stesso Professionista - che portano come esempio di utilizzo lecito quello in cui la maggior parte dei consumatori cui è diretta la campagna pubblicitaria (nell'esempio ivi riportato, l'80%) può ottenere il risultato nella misura indicata o con uno scostamento non rilevante dalla medesima.

Quando, invece, la misura indicata nel vanto affermato con la locuzione "fino a" non è riferibile alla generalità, o comunque a una stragrande maggioranza dei possibili acquirenti, secondo i citati orientamenti della Commissione Europea sulla valutazione delle pratiche commerciali sleali - oltre che secondo i sopra richiamati orientamenti in tema di *claim* ambientali - vanno chiaramente indicati i risultati e i vantaggi che il consumatore medio può ragionevolmente attendersi, comprese eventuali condizioni o limitazioni applicabili.

b.1) Riduzione delle emissioni gassose

93. Ciò premesso, è d'uopo sottolineare che mentre in alcuni messaggi contenenti il vanto di riduzione fino al 40% delle emissioni gassose è presente l'indicazione delle due sostanze HC e CO,

⁵² Cfr. il "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".

per le quali dai *test* risultano riduzioni significative, in altri messaggi il vanto è genericamente riferito alle “emissioni gassose”, ovvero all’insieme delle tre emissioni gassose tipiche dei motori a combustione: HC (idrocarburi incombusti), CO (monossido di carbonio) e NOx (ossido di azoto). Orbene, si rileva al riguardo che, in base alle informazioni e alla documentazione fornite dal professionista, le sperimentazioni svolte non hanno mostrato riduzioni significative dei NOx (ossido di azoto).

Inoltre, anche per le altre due emissioni gassose tipiche dei motori a combustione, HC (idrocarburi incombusti) e CO (monossido di carbonio), nella maggioranza delle sperimentazioni⁵³ la riduzione risulta inferiore a quella vantata del 40%; infine, solo per una delle quattro sperimentazioni sia la riduzione delle emissioni di HC che quella delle emissioni di CO sono effettivamente di circa il 40%.

94. Va, altresì, considerato che le sperimentazioni sono state limitate alle sole categorie di vetture Euro 4, Euro 5 e Euro 6, e non risulterebbe in ogni caso significativa per una percentuale non trascurabile dei destinatari dei messaggi, rappresentata dai possessori delle vetture meno recenti rispetto allo standard Euro 4.

Risulta, pertanto, che il vanto proposto dal Professionista in maniera generale e indistinta non può considerarsi testato per categorie di vetture che rappresentavano nel 2018 oltre il 25% del totale, e che nei precedenti due anni in cui è stata diffusa la campagna pubblicitaria rappresentavano oltre il 28% (2017) ed oltre il 31% (2016) del totale.

b.2) Riduzione in media del 5% delle emissioni di CO2

95. Nei messaggi diffusi da ENI anche il vanto della riduzione delle emissioni di CO2 viene riportato in maniera estremamente generica e spesso unitamente a quello di una riduzione delle emissioni gassose provocate dalla combustione del prodotto nel motore, risultando così idoneo a indurre i destinatari ad intendere che il vanto sia riferito alla riduzione delle emissioni di CO2 conseguenti all’utilizzo del prodotto pubblicizzato nella propria vettura.

96. ENI ha dichiarato che tale riduzione è invece da intendere come relativa all’intero ciclo di vita, dalla produzione all’utilizzo, del prodotto pubblicizzato.

Ebbene, nei messaggi e nelle informazioni diffusi da ENI per la promozione del prodotto Eni Diesel+ tale specificazione non viene mai esplicitamente chiarita e rileva quindi, anche in questo caso, l’assenza di quelle precisazioni e puntualizzazioni che sarebbero necessarie per una corretta decodifica del vanto in esame da parte dei consumatori.

97. Appare, inoltre, del tutto insufficiente a indurre il consumatore a tale diversa interpretazione del vanto di riduzione del 5% delle emissioni di CO2 il fatto che, come sostiene ENI nelle proprie memorie, il *claim* sia associato anche a una menzione del processo di produzione “*ad alta sostenibilità*” “*nella bioraffineria di Venezia*”. Infatti, di per sé tale laconica menzione non è idonea

⁵³ Cfr. la tabella sopra riportata:

	Ciclo NEDC	
	Variazione % CO	Variazione % HC
Giulietta Euro5	-27.6	-37.7
Ford Focus Euro5	-39	-40.2
Opel Euro4	-28.6	-13.4
Golf Euro6	-56.2	-29.3

a chiarire la distinzione fra il dato in argomento e gli altri dati di riduzione delle emissioni e dei consumi conseguenti all'utilizzo del prodotto Eni Diesel+.

Risulta, dunque, ingannevole la modalità di rappresentazione di tale vanto, in quanto in assenza di una chiara specificazione dello stesso, il consumatore non viene messo in condizione di comprenderne l'effettiva portata.

98. Infatti ENI, nella predisposizione dei propri messaggi ed informazioni destinati ai consumatori, avrebbe dovuto chiaramente specificare che intendeva il vanto come riferito all'intero ciclo di vita - dalla produzione all'utilizzo - del prodotto pubblicizzato, ma anche in tal caso avrebbe dovuto agire con la massima diligenza nel valutare in che modo presentare il proprio prodotto con vant di riduzione delle emissioni di CO₂, per tenere conto dei limiti insiti nei criteri di calcolo adottati ai fini del rispetto delle norme di settore e del fatto che i dati così elaborati non potevano da soli ritenersi sufficientemente chiari ed adeguati per una comunicazione commerciale rivolta al pubblico dei consumatori in assenza di qualsiasi precisazione.

99. Ciò tanto più, in considerazione del fatto che le materie di scarto utilizzate per la produzione del proprio HVO rappresentavano nei due anni 2017 e 2018 rispettivamente solo il 5% e il 16% del totale lavorato, mentre la materia prima di gran lunga più utilizzata era l'olio di palma, la principale materia prima a rischio ILUC⁵⁴.

b.3) Riduzione dei consumi

100. Alla luce delle informazioni acquisite, il dato della vantata riduzione dei consumi, che ENI chiarisce essere per la gran parte effetto della aggiunta di additivi, è relativo a una sperimentazione sicuramente limitata a due sole tipologie di vetture, una di cilindrata media e l'altra di cilindrata maggiore, per di più su un prodotto (Eni BluDiesel) diverso da quello pubblicizzato.

Pur volendo accogliere l'argomentazione di ENI, secondo la quale i risultati della sperimentazione su Eni BluDiesel sarebbero rappresentativi anche di quelli che si sarebbero ottenuti sul prodotto Eni Diesel+ in ragione della analoga composizione degli additivi contenuti, va comunque rilevato che ENI sostiene di poter vantare il valore di minori consumi del 4% con una serie di scelte arbitrariamente operate sui dati della sperimentazione svolta.

Infatti, mentre nei propri messaggi pubblicitari ENI offre un unico dato per la generalità delle vetture, dai risultati della sperimentazione effettuata si evince - in entrambe le due fasi delle prove - che per la categoria di vetture di cilindrata media il minor consumo è significativamente inferiore

⁵⁴ Infatti, anche considerando il vanto di riduzione delle emissioni di CO₂ come riferito all'intero ciclo di vita del prodotto pubblicizzato, anche se la misurazione da parte di ENI della c.d. "Carbon Intensity" del gasolio Eni Diesel+ risulta certamente conforme alle normative ed agli standard nazionali e comunitari, come ampiamente documentato dal Professionista, la rappresentazione di tale dato senza ulteriori specificazioni come vanto di carattere ambientale in un messaggio rivolto ai consumatori è comunque tale da risultare fuorviante per un non addetto ai lavori, che non è comunque posto in grado - in assenza di qualsiasi specificazione - di apprezzarne l'effettiva significatività. Rileva al riguardo, fra l'altro, il fatto che la misurazione utilizzata ai fini del corretto adempimento agli obblighi normativi è stata riconosciuta come carente rispetto alla valutazione dell'effettivo impatto ambientale dalla Corte dei Conti europea nel 2016, anche in quanto non prende in considerazione l'effetto del cambiamento indiretto della destinazione dei terreni, il quale già la Direttiva 2015/1513 UE indicava come un fenomeno rilevante di cui si rendeva necessario tenere conto. Già all'inizio della campagna pubblicitaria in argomento, inoltre, era in corso un processo di riflessione sulle emissioni associate al cambiamento indiretto della destinazione dei terreni, ad esito del quale nel 2019 la Commissione Europea ha stabilito la totale esclusione dell'olio di palma dalla composizione dei biocarburanti commercializzati in Europa entro il 2030. Ciò tanto più, in considerazione del fatto che le materie di scarto utilizzate per la produzione del proprio HVO rappresentavano nei due anni 2017 e 2018 rispettivamente solo il 5% e il 16% del totale lavorato, mentre la principale materia prima utilizzata era l'olio di palma. Corre, infine, l'obbligo di puntualizzare che anche il rapporto della Commissione europea del 13 marzo 2019, citato a propria difesa da ENI, indica l'olio di palma come la principale materia prima a rischio ILUC.

(1248 cm³) di quello registrato per la categoria di vetture di cilindrata maggiore (2148 cm³). Infatti la riduzione dei consumi registrata sulla media cilindrata nelle due fasi è stata del 2,1% e del 2,9%, con una media fra i valori pari al 2,5% e ben distante dal minor consumo vantato, mentre solo sulla cilindrata maggiore è stata nelle due fasi del 2,4% e del 5,9%, con una media fra i valori pari a circa il 4,1%.

Inoltre, nel calcolo dell'unico dato utilizzato nei propri messaggi, ENI ha considerato esclusivamente la media fra i valori (più alti) ottenuti per le due diverse tipologie di vetture nella sola seconda delle due fasi di sperimentazione.

101. Risulterebbe, dunque, del tutto arbitrario considerare significativa per qualsiasi vettura, come sostiene ENI, una media della riduzione dei consumi fra le due diverse categorie, che addirittura si limita a considerare solamente il dato relativo alla seconda fase della sperimentazione, per dedurre una *“media della riduzione massima dei consumi ottenuti pari a $(2,9+5,9)=4,4\%$ ”*. Tale dato non può, dunque, essere considerato, come sostiene ENI, *“un valore rappresentativo della riduzione massima raggiungibile”*.

Tale falsata rappresentazione dei risultati sperimentali sui consumi viene tuttavia attenuata dalla presenza di una ulteriore riduzione dei consumi nella misura dell'1%, che *“potrebbe aggiungersi ai vantaggi rilevati da IDIADA nella sperimentazione con Bluediesel Tech”*, come attestato dal CNR Istituto Motori⁵⁵.

102. Inoltre i messaggi in argomento appaiono ingannevoli quando attribuiscono con particolare enfasi alla componente HVO del prodotto il minor consumo ottenibile con lo stesso, considerato che, invece, tale minor consumo deriva principalmente da altri ingredienti del prodotto.

103. Ciò avviene, ad esempio, in *claim* quali *“Inoltre Eni Diesel+ grazie al 15% di componente green rinnovabile, prodotto nella bioraffineria Eni di Venezia, riduce l'impatto ambientale e i consumi rispetto al diesel tradizionale sul mercato italiano”*⁵⁶; *“Eni Diesel+, anche grazie al 15% di componente rinnovabile riduce i consumi, garantendo la piena potenza del motore. Già, i consumi sono ridotti fino al 4% e le emissioni gassose fino al 40% (..).”*⁵⁷. In altri messaggi, nei quali si citano in relazione alla riduzione dei consumi gli additivi detergenti, questi vengono presentati come mera concausa di tale riduzione, con *claim* come *“l'utilizzo di Eni Diesel+ determina: (..) riduzione dei consumi fino al 4% per effetto dell'azione combinata della componente rinnovabile ad elevato potere calorifico e dell'additivo detergente”*⁵⁸.

104. In realtà, alla luce delle informazioni acquisite, le migliori caratteristiche prestazionali vantate per il prodotto in termini di minori consumi risultano ascrivibili agli additivi che compongono il prodotto pubblicizzato, già presenti nel precedente prodotto Eni BluDiesel Tech, in una misura

⁵⁵ Si ricorda che, secondo quanto riferito da ENI, dopo tale attestazione del CNR i nuovi materiali promozionali hanno ricondotto la riduzione dei consumi all'effetto combinato degli additivi detergenti e della componente *green*, ma hanno mantenuto per omogeneità di approccio rispetto alla campagna già avviata il dato cautelativo del 4%.

⁵⁶ Confronta la pagina *internet* www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu e la pagina *internet* www.enistation.com/instazione/prodotti/eni-diesel-piu?gclid=EAlalQobChMloKO_p7eD4AIVQ1OyCh3pTQIGEAAYASAAEgKqQfD_BwE e la pagina *internet* multicard.eni.com/multicard/it_IT/news-detail.page?id=3&title=vuoi-che-la-tua-auto-duri-di-piu-e-inquini-meno?-prova-eni-diesel-+!&date=undefined.

⁵⁷ Cfr la pagina *internet* multicard.eni.com/multicard/it_IT/news-detail.page?id=3&title=vuoi-che-la-tua-auto-duri-di-piu-e-inquini-meno?-prova-eni-diesel-+!&date=undefined.

⁵⁸ Cfr. la pagina *internet* oilproducts.eni.com/it_IT/prodotti/carburanti-e-combustibili/trazione/gasolio/eni-diesel.

variabile e individuata per le due categorie di vetture utilizzate nei test prodotti da ENI rispettivamente in circa il 3% e il 6%.

Invece, dal documento del CNR Istituto Motori, emerge che solo un ulteriore 1% di riduzione di consumi “*potrebbe*” derivare dalla componente HVO del prodotto Eni Diesel+.

105. Al riguardo si rileva, infine, che nel confronto fra il prodotto pubblicizzato e i gasoli commerciali, che contengono anch’essi biodiesel ma della categoria FAME, ed effettuato dunque fra prodotti entrambi contenenti una percentuale significativa di carburante di origine vegetale, la riduzione pari all’1% dei consumi non dipende dalla origine biologica del biodiesel HVO – la stessa dei biodiesel FAME – ma dal maggior contenuto di idrogeno e dall’assenza di ossigeno nel proprio biodiesel HVO, in quanto ottenuto con un processo di “*idrogenazione*”, rispetto ai biodiesel ottenuti anch’essi da grassi vegetali utilizzando il diverso processo di “*transesterificazione*”.

c) Conclusioni

106. Pertanto, alla luce degli elementi acquisiti, le condotte contestate appaiono integrare una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, consistente nella diffusione di informazioni ingannevoli e omissive riguardo al positivo impatto ambientale connesso all’utilizzo del carburante Eni Diesel+, nonché riguardo alle particolari caratteristiche di tale carburante in termini di riduzione dei consumi e di riduzione delle emissioni gassose.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

107. Ai sensi dell’art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l’Autorità dispone l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

108. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall’art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all’art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell’opera svolta dall’impresa per eliminare o attenuare l’infrazione, della personalità dell’agente, nonché delle condizioni economiche dell’impresa stessa.

109. Riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della importanza del professionista, il quale è uno dei principali operatori nel settore della commercializzazione dei derivati del petrolio sul territorio italiano.

110. La pratica commerciale scorretta è da considerarsi grave, anche in quanto la campagna pubblicitaria riguardante Eni Diesel+ si è articolata nella diffusione di messaggi, con una spesa di alcuni milioni di euro, attraverso stampa quotidiana e periodica, TV, *internet*, cinema, radio, affissioni fisse e mobili, allestimento delle stazioni di rifornimento Eni Station e *brochure* distribuite presso le stesse stazioni di rifornimento.

I messaggi in argomento hanno, dunque, avuto una ampia diffusione attraverso tutti i principali canali della comunicazione di massa ed hanno pertanto interessato un vasto numero di consumatori. Nel contempo, dall’analisi dei documenti prodotti dalla parte, che assumono, pertanto, valore confessorio, durante il periodo di diffusione dei messaggi in argomento, risulta che le vendite di Eni Diesel+ sono cresciute fra il 2016 e il 2018 di circa il 17% in quantità e di circa il 35% in valore [omissis], con un’ulteriore crescita stimata di circa il 34% in valore nel 2019 [omissis] (Cfr. *supra* par. 43).

111. Sul punto la Parte asserisce, tra l'altro, che "l'incremento stimato per il 2019 e confermato dall'andamento del primo quadrimestre) è riconducibile principalmente all'avvio di una nuova campagna di incentivazione dei gestori. Tale campagna prevede degli importanti premi monetari a favore dei gestori che raggiungeranno i target assegnati [omissis]. Il costo dell'incentivazione nel caso in cui tutte le gestioni andassero a premio è stimato in una cifra compresa fra i 10 e i 15 milioni di euro [omissis]⁵⁹.

112. I dati di vendita sopra riportati e, soprattutto, la previsione di incentivi da corrispondere ai gestori dei distributori, quantificati da ENI stessa in una cifra compresa fra i 10 e i 15 milioni di euro, costituiscono indice dei consistenti margini di guadagno derivanti dalla pratica commerciale scorretta oggetto del presente provvedimento.

In particolare, con specifico riferimento al costo di incentivazione, è del tutto evidente che la predetta elevata somma rappresenta solo una parte (presumibilmente anche molto ridotta) dell'utile atteso dalla vendita del prodotto ingannevolmente pubblicizzato Eni Diesel+, in capo a una società che, soltanto nell'anno 2018, ha registrato ricavi per circa 32 miliardi di euro⁶⁰.

113. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi acquisiti agli atti, come precisato nel punto relativo alla diffusione della campagna promozionale in argomento, risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dall'inizio del 2016 ed è continuata almeno fino alla data di chiusura della fase istruttoria.

Infatti, le modifiche apportate alla campagna promozionale appaiono parziali e inidonee a cessare l'infrazione in quanto principalmente rivolte: alla rimozione solo di una parte dei messaggi e delle informazioni diffusi da ENI entro il termine di chiusura del procedimento; all'utilizzo del termine "green" in occasione di eventuali e future campagne pubblicitarie, solo previa approvazione dell'Autorità e, infine, alla predisposizione di un sistema di validazione del contenuto di future comunicazioni pubblicitarie relative ai propri carburanti premium.

114. Sulla base delle considerazioni svolte, risulta congrua la determinazione della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a ENI S.p.A. per la pratica commerciale scorretta di cui al punto II, in 5.000.000 € (cinque milioni di euro), pari al massimo edittale della sanzione pecuniaria indicato dall'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto Eni Diesel+ mediante la diffusione di informazioni ingannevoli e omissive riguardo al positivo impatto ambientale connesso all'utilizzo di tale carburante, nonché riguardo alle particolari caratteristiche dello stesso carburante in termini di risparmio dei consumi e di riduzione delle emissioni gassose;

⁵⁹ Cfr. allegato 2 alla nota prot. 39935 del 31 maggio 2019.

⁶⁰ Cfr. bilancio di esercizio ENI per l'anno 2018.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società ENI S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare a ENI S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000.000 € (cinque milioni di euro);

c) che il Professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet www.agenziaentrate.gov.it*.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. b), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del

Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli
