

# Esg marketing e bilancio di sostenibilità: le novità

Milano Finanza - Numero 253 pag. 25 del 27/12/2025

Di febbraio è l'annuncio di una brusca frenata dell'Unione nell'applicazione delle norme Esg (Environmental Social and Governance), con un pacchetto di semplificazione che circoscriverà solo alle grandi imprese gli obblighi di rendicontazione sulla sostenibilità e rinverrà e semplificherà gli adempimenti. Oggi siamo in dirittura di arrivo e si può ricostruire il quadro per superare l'impasse. Non tutto è stato buttato a mare. Indubbiamente il processo di riforme avviatosi ormai da un decennio ha contribuito a incrementare la sensibilità dei consumatori. L'indagine Qualità è sostenibilità (Fondazione Symbola e Ipsos in collaborazione con la Camera di Commercio di Brescia) conferma che la qualità ha un ruolo determinante nelle scelte di acquisto e individua la percezione di innovazione e alta qualità di prodotti sostenibili come un fattore influente, specie nell'edilizia e nell'agroalimentare. Da qui la normativa europea contro il greenwashing, dichiarazioni di sostenibilità accattivanti ma solo apparenti. La Dir. 825/2024 prevede una speciale tutela del consumatore per garantire acquisti più consapevoli e così accelerare la transizione verde. Le nuove norme dovranno essere recepite entro il 27 marzo 2026, con applicazione all'interno degli Stati dal 27 settembre. Il consiglio dei Ministri ha già approvato a novembre il decreto legislativo di recepimento, ora all'esame del Parlamento. Allo stato attuale, è certo che saranno presto bandite espressioni generiche ed evocative - come «ecologico» o «sostenibile» - se non comprovate dalla conformità a criteri per l'assegnazione del marchio di qualità ecologica Ecolabel Ue o alle norme tecniche Eniso14024 o alle migliori prestazioni ambientali stabilite dalle norme unioniste. Al bando anche asserzioni di prestazioni ambientali future non accompagnate da impegni chiari, oggettivi, pubblicamente disponibili e verificabili previsti in un piano dettagliato con obiettivi misurabili, scadenze precise, risorse assegnate e verificato da un terzo indipendente. Non si tratta di una rivoluzione. Già la disciplina sulle pratiche commerciali scorrette - che prevede che ai consumatori si debbano fornire informazioni veritiere e corrette - era stata applicata in materia ambientale, richiedendo dichiarazioni specifiche e verificabili, sulla base di prove scientifiche, come indicano gli Orientamenti della Commissione del 2021 (C526) e l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm), nelle recenti decisioni nel settore della moda (n. 31639) e della logistica (n. 31445). Le nuove norme, però, contribuiranno a rendere più chiaro e stringente un quadro già delineato e, si noti, non solo per le pubblicità. Anche i codici etici, i rendiconti di sostenibilità e i testi contrattuali possono influenzare le scelte d'acquisto e quindi possono essere scrutinati dall'Agcm (cfr. decisione n. 31638 del 29 luglio). Mancano ora regole di dettaglio: sono infatti sospesi i lavori sulla proposta di Direttiva 166/2023 (c.d. Green Claims) che dovrà fissare i requisiti minimi di

27 Dicembre 2025

MILANO FINANZA

25

**TELEVISIONE** Con la conquista di Prosieben e l'ingresso nella portoghese Impresa, Mfe è diventato un polo da 7 miliardi di ricavi e un potenziale bacino di 220 milioni di spettatori. Ora guarda a Francia e Inghilterra

**Il Biscione è europeo**

di Nicola Caracciolo

Il 2025 per noi di Milano Finanza è stato un anno di grandi sfide. E ora, dopo aver superato con successo la crisi del debito, ci attende una nuova sfida: quella di diventare un attore di primo piano nel mercato europeo della televisione. Con la conquista di Prosieben e l'ingresso nella portoghese Impresa, Mfe è diventato un polo da 7 miliardi di ricavi e un potenziale bacino di 220 milioni di spettatori. Ora guarda a Francia e Inghilterra.

Il Biscione, il gruppo di proprietà di Silvio Berlusconi, ha fatto un salto di qualità. Dopo aver consolidato la sua posizione in Italia, ha messo piede in Europa. La notizia è che non si tratta di un semplice acquisto, ma di una vera e propria operazione di espansione. Mfe, attraverso la sua controllata Mfe Media, ha acquistato il 100 per cento di Prosieben, la più grande rete televisiva privata tedesca. Il valore dell'operazione è stimato in 7 miliardi di euro. Ma non è tutto. Mfe ha anche acquistato il 100 per cento di Impresa, la più grande rete televisiva privata portoghese. Il valore dell'operazione è stimato in 1,5 miliardi di euro. Insieme, Prosieben e Impresa rappresentano un bacino di spettatori di oltre 220 milioni di persone. Un potenziale enorme per Mfe, che ha già un bacino di spettatori di oltre 100 milioni in Italia.

Ma perché Mfe vuole espandersi in Europa? La risposta è semplice. In Italia, il mercato della televisione privata è saturo. Mfe ha bisogno di nuovi mercati per crescere. L'Europa offre un'opportunità enorme. Con la conquista di Prosieben e Impresa, Mfe è diventato un attore di primo piano nel mercato europeo della televisione. Ora, il gruppo deve affrontare una nuova sfida: quella di diventare un attore di primo piano nel mercato globale della televisione. Per farlo, Mfe deve continuare a crescere e a innovare. E ora, con la conquista di Prosieben e Impresa, Mfe ha fatto un grande passo in avanti.

**L'ANALISI DELLE AZIONI DI MFE E MFE B**

Il grafico mostra l'andamento delle azioni di MFE e MFE B dal 2020 al 2025. MFE ha un andamento più volatile, con un picco nel 2022 e un calo nel 2023. MFE B ha un andamento più stabile, con un picco nel 2022 e un calo nel 2023.

**IL FUTURO DEL MESTIERE**

Il grafico mostra l'andamento del settore del mestiere dal 2020 al 2025. Il settore ha un andamento più volatile, con un picco nel 2022 e un calo nel 2023.

comunicazioni e attestazioni di veridicità relative alle asserzioni ambientali volontarie. Manca poi l'approvazione finale del testo di semplificazione che individua i soggetti obbligati e detta regole e tempi del bilancio di sostenibilità. Quando un'attività può dirsi “ecosostenibile” in questo rendiconto? La risposta sta nella Dir. 2022/2464/Ue (Csr) e nel Reg. Tassonomia 852/2020, volto a definire un sistema unificato di classificazione, un lessico comune che garantisca informazioni affidabili e comparabili. A breve, i dettagli. In ogni caso, il bilancio di sostenibilità è già un presidio informativo diffuso. Anche su base volontaria, le imprese lo adottano considerandolo un fattore di competitività (indagine Ferpi-Ipsos, ottobre 2025). Per chi vuole comunicare al mercato i propri pregi ambientali, limiti e modalità sono già piuttosto chiari. (riproduzione riservata)

Claudia Signorini