

Alert: “Nuova Normativa sui Green Claim: attenzione ad etichette e marchi.”



Nuova Normativa sui Green Claim: attenzione ad etichette e marchi

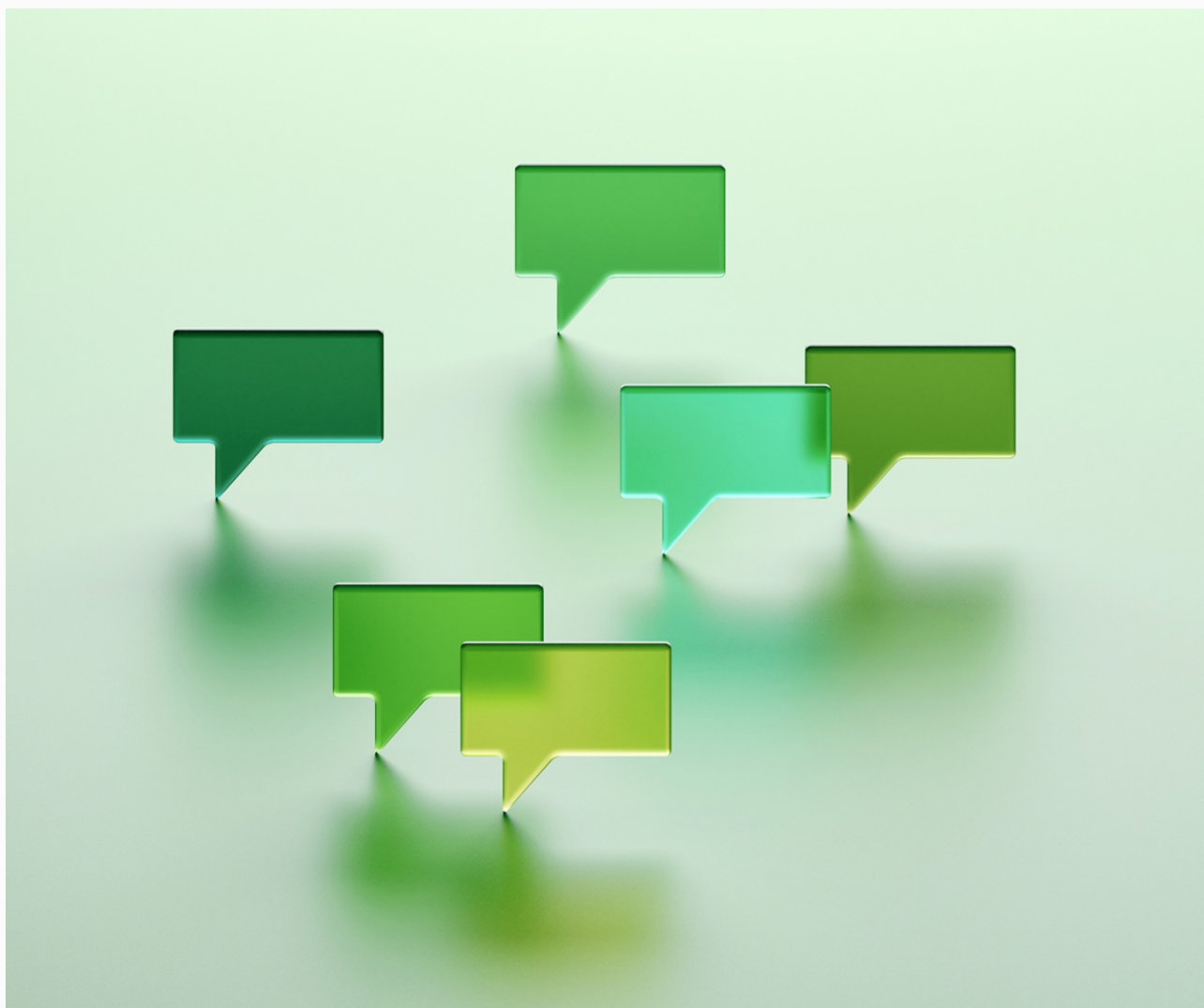
La transizione ecologica ha spinto le istituzioni europee a rafforzare la tutela dei consumatori contro le "pratiche di greenwashing".

Il quadro normativo è stato recentemente aggiornato dalla Direttiva (UE) 2024/825 denominata "Empowering Consumers for the Green Transition". Tale Direttiva è stata formalmente recepita nel nostro ordinamento con il DL 20 febbraio 2026, n.30, che modifica il Codice del Consumo, il D.Lgs. 206/2005. Le tutele e l'impianto sanzionatorio previsti da questa nuova disciplina decorrono a partire dal 27 settembre 2026.

La nuova normativa si concentra in modo rigoroso sui cosiddetti "Green Claim" e sui loghi ambientali, esigendo dalle imprese comunicazioni basate su assoluta trasparenza, prove verificabili e certificazioni indipendenti. Le società dovranno esaminare attentamente ed eventualmente modificare le proprie strategie di marketing per non incorrere nelle stringenti limitazioni introdotte, tra le quali si segnalano le seguenti:

1. Divieto di formulare asserzioni ambientali generiche o vaghe, includendo l'uso promozionale di termini come "Green", "Eco" o "Sustainable", qualora non sia possibile dimostrare un'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali tramite certificazioni ufficiali, tra cui il marchio Ecolabel UE o la norma ISO 14024. Lo stesso divieto vale per le rappresentazioni grafiche, simboliche o iconografiche idonee a evocare un impatto ecologico favorevole. Elementi grafici come spighe di grano, gocce d'acqua e foglie verdi costituiscono infatti un green claim implicito a tutti gli effetti.
2. Divieto di apposizione di etichette di sostenibilità o di marchi di qualità "auto attribuiti" che non siano basati su un sistema di certificazione indipendente, istituito da autorità pubbliche o rilasciato da enti terzi.
3. Non è più consentito pubblicizzare come caratteristica distintiva e vantaggiosa un requisito che tutti i prodotti appartenenti alla medesima categoria devono necessariamente possedere per un preciso obbligo di legge.

4. Viene sanzionata l'estensione impropria dei benefici ambientali. Non è infatti permesso presentare come sostenibile l'intero prodotto qualora il beneficio, come per esempio l'effettiva riciclabilità, riguardi esclusivamente una sua singola componente quale l'imballaggio.



Risulta pertanto necessario, non solo verificare la conformità di etichette, packaging e materiale promozionale, ma anche procedere a una valutazione approfondita dei propri marchi registrati, siano essi denominativi, figurativi o complessi, qualora contengano dichiarazioni ambientali esplicite o implicite. La pregressa registrazione di un marchio presso gli uffici competenti non esonera infatti società dal verificare la conformità dello stesso alle nuove disposizioni normative, passaggio fondamentale per scongiurare la contestazione di asserzioni ambientali ingannevoli incorporate nel segno distintivo stesso.

In Italia, la vigilanza sul rispetto della nuova disciplina e il contrasto alle pratiche di greenwashing sono affidati alla competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, AGCM. Le comunicazioni ingannevoli in materia ecologica rientrano a pieno titolo nelle pratiche commerciali scorrette e sleali disciplinate dall'articolo 23 del Codice del Consumo. In caso di accertamento di una violazione, l'AGCM esercita poteri sanzionatori e inibitori estremamente severi e in particolare:

- A) L'Ente può disporre un ordine formale di cessazione della condotta illecita e imporre l'immediata rimozione dal mercato del packaging o del materiale promozionale giudicato ingannevole.
- B) L'AGCM può applicare sanzioni pecuniarie di notevole entità, che partono da un minimo di 5.000 euro fino a raggiungere un massimo di 10.000 di euro.
- C) Sono previste sanzioni fino al 4% del fatturato annuo dell'impresa in caso di violazioni a carattere transfrontaliero.
- D) L'AGCM può imporre l'ordine di pubblicazione della delibera di condanna su quotidiani nazionali o sul sito web aziendale, con oneri interamente a spese dell'impresa sanzionata.



Referente



Chiara De Cesero

Counsel

Email: cdecesero@jacobacci-law.com

Telefono: +39 011 241 30 87

[Consulta la sua bio](#)



TORINO
Corso Emilia, 8
+39 011 241 30 87
infotorino@jacobacci-law.com

MILANO
Via Senato, 8
+39 02 76 02 25 13
infomilano@jacobacci-law.com

ROMA
Via Leonida Bissolati, 54
+39 06 420 133 32
inforoma@jacobacci-law.com

PARIGI
32, rue de l'Arcade
+33 (0)1 79 97 02 00
infoparis@jacobacci-law.com