

# Green Claims

Cosa cambia nella  
comunicazione  
ambientale  
dell'agroalimentare



APPLICAZIONE DAL 27 SETTEMBRE 2026

A cura di Nicolò Passeri, Donato Ferrucci,  
Fabio Ferraldeschi, Alessandro Pulga,  
Alessandro Lombardi – sintesi infografica

01

## Il problema: il greenwashing

*Tre modi di raccontare l'ambiente senza dimostrarlo davvero*

FORMA 1

### Genericità

Espressioni come «a basso impatto» o «rispettoso dell'ambiente», senza un metodo o un dato che le confortino: il consumatore non può capire cosa sia stato davvero migliorato.

## Parzialità

Un messaggio tecnicamente vero ma fuorviante: un imballaggio riciclabile presentato come se bastasse a rendere sostenibile l'intero prodotto.

## Sforzo minimo

Si dichiara come merito ambientale ciò che è, in realtà, il semplice rispetto di un obbligo di legge o un intervento marginale.

02

# La norma, passo dopo passo

*Dal divieto generico di pratiche ingannevoli a una disciplina dedicata alle asserzioni ambientali*

2005

**DIRETTIVA 2005/29/CE**

Vieta le pratiche commerciali sleali in generale, senza riferimenti mirati ai green claims.

2011

**DIRETTIVA 2011/83/UE**

Diritti dei consumatori: anche qui, nessuna disciplina specifica sulle asserzioni ambientali.

2024

**DIRETTIVA (UE) 2024/825**

Modifica le due direttive precedenti e introduce regole specifiche per le dichiarazioni ambientali.

09.03.2026

**PUBBLICAZIONE IN GAZZETTA UFFICIALE**

D.Lgs. 30/2026, recepimento nazionale — G.U. n. 56.

24.03.2026



#### ENTRATA IN VIGORE

Il decreto diventa parte dell'ordinamento.

27.09.2026



#### APPLICAZIONE DELLE DISPOSIZIONI

In linea con la data prevista a livello UE dalla direttiva 2024/825.

03

## Cos'è un'asserzione ambientale

*Una definizione volutamente ampia, che va oltre il testo esplicito*

**Qualsiasi messaggio non obbligatorio** — testuale, grafico o simbolico — che afferma o suggerisce un impatto ambientale **positivo, nullo o meno dannoso**. Rientrano anche loghi, colori, icone o nomi commerciali evocativi, anche senza una dichiarazione esplicita.

#### ASSERZIONE GENERICA

«*Prodotto sostenibile*»

Evoca un'immagine complessiva, senza dire a quale aspetto del prodotto si riferisce né su quali basi. È la forma più problematica.

#### ASSERZIONE SPECIFICA

«*-20% di emissioni, metodo X*»

Contiene un riferimento preciso e verificabile: fornisce un'informazione, non solo un'immagine.

# La famiglia ISO 14020

*Tre categorie di dichiarazioni ambientali di prodotto, tre livelli di prova*

## TIPO I

### ISO 14024

Etichette certificate da un ente terzo, su criteri multipli e predefiniti per categoria di prodotto. Es. Ecolabel UE.

## TIPO II

### ISO 14021

Autodichiarazioni di produttore, importatore o distributore. Le più diffuse e le più esposte al rischio: vanno provate e documentate.

## TIPO III

### ISO 14025

Dichiarazioni EPD: dati ambientali misurati e confrontabili, basati sull'analisi del ciclo di vita.

ISO 14040 / 14044 – Life Cycle Assessment (LCA)    ISO 14067 – Carbon footprint di prodotto  
ISO 14026 – Comunicazione della footprint

## Cosa non si può più comunicare

*Art. 23 Codice del Consumo — pratiche considerate in ogni caso ingannevoli*

**Vietato**

Etichette di sostenibilità **non certificate** o non basate su un sistema trasparente e verificabile.

**Vietato**

Assertazioni generiche non dimostrabili: «sostenibile», «ecologico», «verde», «a basso impatto» senza spiegazione.

**Vietato**

Dichiarazioni **parziali** presentate come se riguardassero l'intero prodotto o l'intero ciclo di vita.

**Vietato**

«Neutralità climatica» o «zero emissioni» basate solo su compensazione / crediti di carbonio.

**Vietato**

Presentare come merito distintivo una caratteristica **già obbligatoria** per legge.

**Vietato**

Obiettivi ambientali futuri senza un piano concreto, misurabile e verificabile.

## Gli obblighi per le imprese

*Da logica dichiarativa a logica probatoria: sette condizioni per un claim lecito*



**Onere della prova** a carico dell'impresa, fin dal momento in cui comunica il claim.



**Solidità scientifica:** metodologie riconosciute, tipicamente LCA o strumenti equivalenti.

- ✓ **Trasparenza** su metodologia, ambito di applicazione e limiti dell'analisi.
- ✓ **Accessibilità** dei dati a supporto: sito, QR code o documentazione sintetica sul prodotto.
- ✓ **Claim sul futuro** ammessi solo con piano misurabile, scadenze, risorse e monitoraggio verificabile.
- ✓ **Certificazione pertinente** al messaggio: rafforza il claim, ma non sostituisce l'onere della prova.
- ✓ **Coerenza** del claim con l'intero ciclo di vita del prodotto, non solo con la fase più favorevole.

07

## Vigilanza e sanzioni

*La conformità diventa un tema di rischio d'impresa*

Autorità competente • **AGCM – Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato**

**€ 5.000 –  
10.000.000**

Sanzione amministrativa pecuniaria ordinaria (art. 27 Codice del Consumo), in base a gravità, durata e condizioni economiche dell'impresa.

**Fino al 4%**

Del fatturato annuo, quando la violazione è qualificabile come diffusa di dimensione unionale.

A queste sanzioni si aggiungono possibili misure correttive, l'obbligo di pubblicazione del provvedimento e conseguenze reputazionali immediate — soprattutto dove i claim ambientali incidono sul posizionamento commerciale.

08

# Focus agroalimentare

*Dalla conformità all'opportunità: il comparto parte avvantaggiato*

## UNI 11233

Dal 2007, rev. 2009

Principi e criteri per i disciplinari di produzione integrata: tecniche agronomiche, di difesa e fertilizzazione a ridotto impatto.

## SQNPI

Sistema Qualità Nazionale

Schema volontario che attesta l'adesione ai disciplinari di produzione integrata, con marchio apposto dopo controlli ispettivi.

## Biologico

Reg. (UE) 2018/848

Logo Bio UE: etichetta ambientale certificata, con controllo affidato a organismi terzi autorizzati.

*Tutti e tre gli schemi si assimilano alle etichette ambientali di **Tipo I (ISO 14024)**: la certificazione rafforza il claim, ma non sostituisce l'onere della prova — il messaggio deve restare aderente a ciò che lo schema attesta davvero.*

Sintesi infografica tratta da: **«Green Claims e tutela del consumatore: cosa cambia con il D.Lgs. 20 febbraio 2026, n. 30 e quali implicazioni per il settore agroalimentare»** – N. Passeri, D. Ferrucci, F. Ferraldeschi, A. Pulga, A. Lombardi. Non sostituisce il testo normativo.

D.Lgs. 30/2026 · Art. 23 Cod. Consumo