

Greenwashing nei cosmetici: nuove regole per acconciatori ed estetisti

Dal 27 settembre 2026 sono applicabili le nuove disposizioni introdotte dal [Decreto legislativo 20 febbraio 2026, n. 30](#), che recepisce la [direttiva europea 2024/825](#). L'obiettivo è contrastare il **greenwashing**, ovvero le dichiarazioni ambientali ingannevoli, e garantire ai consumatori informazioni più chiare e affidabili sui prodotti.

Le nuove regole interessano anche il settore del benessere, in particolare acconciatori ed estetisti che vendono cosmetici o utilizzano dichiarazioni ambientali nella promozione dei propri servizi e prodotti.

Greenwashing: quali dichiarazioni ambientali evitare

Le norme contrastano le affermazioni ambientali generiche, non dimostrate o fuorvianti. Tra le diciture che richiedono particolare attenzione ci sono:

- **«Impatto zero» e «carbon neutral»**, quando si basano esclusivamente sulla compensazione delle emissioni.
- **«Eco-friendly», «green», «amico dell'ambiente» e «sostenibile»**, se non sono supportate da adeguate evidenze o da un'eccellenza ambientale riconosciuta.
- **Marchi e bollini di sostenibilità** privi di un sistema di certificazione o non istituiti da un'autorità pubblica.
- **Dichiarazioni riferite all'intero prodotto** quando il vantaggio ambientale riguarda soltanto una sua componente, come la confezione.

Il decreto non vieta la vendita di particolari cosmetici e non impone che tutti i prodotti siano biologici o naturali. Stabilisce, invece, che le dichiarazioni utilizzate per presentarli e pubblicizzarli siano veritiere, chiare e dimostrabili.

Cosa cambia per acconciatori ed estetisti

La responsabilità primaria della conformità del cosmetico e delle informazioni riportate su confezioni ed etichette ricade sul produttore, sull'importatore o sul soggetto responsabile del prodotto.

Per acconciatori ed estetisti è fondamentale, però, prestare attenzione alle proprie comunicazioni commerciali. Le affermazioni utilizzate direttamente con i clienti, anche quando riprendono testi forniti dal produttore, possono essere considerate comunicazioni commerciali dell'operatore.

Se, ad esempio, un salone presenta un prodotto come «100% naturale», «sostenibile» o «rispettoso dell'ambiente», deve evitare di diffondere informazioni ingannevoli o che non siano adeguatamente supportate.

Cosa fare concretamente?

- Verificare i testi promozionali pubblicati su sito web, social network, volantini e cartelli in salone.
- Non ripubblicare automaticamente le dichiarazioni ambientali ricevute dai fornitori.
- Richiedere al produttore o al distributore documentazione a supporto delle affermazioni, come le percentuali di ingredienti di origine naturale o le prove sulla riciclabilità degli imballaggi.
- Modificare o eliminare le diciture ambientali che non si è in grado di verificare.

Prodotti già in commercio: cosa sapere

Per i prodotti già immessi sul mercato prima del 27 settembre 2026 non è previsto un periodo transitorio generale. È stato tuttavia condiviso dalle autorità europee competenti un approccio improntato a ragionevolezza e proporzionalità, per evitare sprechi e oneri eccessivi.

In particolare, per i beni durevoli già prodotti o immessi sul mercato prima di tale data, l'adeguamento delle confezioni può avvenire al termine di un ragionevole periodo di permanenza a scaffale, indicato orientativamente in sei mesi.

Questo orientamento riguarda le confezioni e le etichette dei prodotti già in commercio, non le comunicazioni realizzate direttamente dagli operatori. **Sito web, social, volantini e materiali promozionali devono quindi essere verificati e aggiornati, ove necessario, senza attendere.**

Garanzia legale: nuovo avviso obbligatorio per chi vende prodotti

Dal 27 settembre 2026 è previsto anche un nuovo obbligo informativo, distinto dalle dichiarazioni ambientali: gli operatori che vendono prodotti ai consumatori devono **esporre l'avviso armonizzato sulla garanzia legale di conformità.**

L'avviso informa i clienti sui diritti già riconosciuti dalla legge in caso di difetti di conformità dei prodotti acquistati. Non introduce una nuova garanzia.

Per le attività con vendita in negozio è necessario esporre l'avviso ufficiale in modo visibile, ad esempio vicino alla cassa, stampato in formato non inferiore ad A4. In caso di vendita online, l'avviso deve essere pubblicato anche sul sito, a colori.

L'obbligo non riguarda gli operatori che effettuano esclusivamente trattamenti e non vendono prodotti alla clientela.

[19.10.26 NOTA _ Responsabilizzazione dei consumatori e tutela dalle pratiche sleali e dell'informazioneDownload](#)