



CNA Federmoda – dentro la notizia

Parlare e comunicare la sostenibilità senza sbagliare: una mini-guida CNA Federmoda sulle nuove regole per le micro-PMI della moda

Il **9 marzo 2026** è stato pubblicato in *Gazzetta Ufficiale* il **D.Lgs. 20 febbraio 2026, n. 30**, che recepisce in Italia la Direttiva europea *Empowering Consumers* e **modifica il Codice del Consumo**. Si tratta di una norma che riguarda **tutte le frasi, le etichette, i loghi e i messaggi commerciali** rivolti ai consumatori quando si parla di **ambiente, sostenibilità, riciclo, impatto, e durabilità del prodotto**, pertanto qualsiasi forma di comunicazione ambientale.

Il decreto legislativo, che entra in vigore il 24 marzo 2026, **diventa applicabile dal 27 settembre 2026**.

Per il settore moda, e non solo, questa è una notizia importante: da ora **parole come “sostenibile”, “green”, “eco”, “riciclato”, “impatto zero”, “a basso impatto” non potranno più essere usate senza basi solide**. Ciò riguarda qualsiasi messaggio possa giungere al consumatore, come:

- etichette di prodotto;
- descrizioni sui siti internet;
- cataloghi B2B e B2C;
- post sui canali di social media;
- materiali promozionali in genere, come i loghi.

La norma definisce che cosa rientra nelle **asserzioni ambientali**, ossia tutto ciò che riguarda **l'impatto ambientale del prodotto o del processo produttivo**:

- frasi generiche (“sostenibile”, “green”, “amico dell’ambiente”);
- riferimenti a materiali o processi (“in tessuto ecologico”, “produzione a basso impatto”);
- impegni futuri (“diventeremo *carbon neutral* entro il 2045”);
- marchi e bollini ambientali;
- *claim* su durabilità, riparabilità, aggiornamenti software;
- *claim* su impatto zero o ridotto tramite compensazione.

Per le imprese della moda: cosa e come si può comunicare davvero?

SULLE ASERZIONI COMMERCIALI

➤ **Le asserzioni ambientali generiche sono consentite solo con “eccellenza riconosciuta”**

Il decreto qualifica come pratica sleale la formulazione di un’asserzione ambientale generica (es. “prodotto sostenibile”, “tessuto green”, “moda eco”, “azienda etica e responsabile verso l’ambiente”) se il professionista non è in grado di dimostrare l’“eccellenza riconosciuta” delle prestazioni ambientali cui il claim si riferisce. Per “eccellenza riconosciuta”, si intende: Ecolabel UE; marchio ISO 14024 (Tipo I); un requisito UE equivalente di migliori prestazioni ambientali.

In pratica, i claim generici come “sostenibile/green/eco” non possono essere usati salvo che il prodotto/servizio sia coperto da una certificazione di eccellenza o da un equivalente requisito UE.

➤ **Specificità, dimostrabilità, e veridicità delle asserzioni commerciali**

Asserzioni ambientali non generiche, ovvero specifiche e circoscritte, sono consentite, ma devono essere vere e dimostrabili. Le asserzioni non generiche, cioè circostanziate a un attributo concreto (materiali, processo, prestazione misurabile), sono consentite purché:





1) veritiere, 2) non fuorvianti, 3) supportate da evidenze proporzionate (es. schede tecniche, dichiarazioni dei fornitori, dati e procedure interne).

Esempi:

“Realizzato con 60% di cotone riciclato”

“Tintura con -30% di consumo d’acqua rispetto al processo standard aziendale (anno di riferimento ___)”

“Packaging 100% carta riciclata certificata FSC”

“Riduzione scarti tessili in taglio del 15% rispetto al 2024”

➤ **Asserzioni su prestazioni future**

Se si comunicano impegni futuri (ad es. “ridurremo del 50% le emissioni entro il 2035”), è possibile farlo solo se il claim è supportato da un **piano di attuazione verificato periodicamente da un soggetto terzo indipendente**.

➤ **Claim da ritenersi sempre vietati**

- “Impatto zero”, “carbon neutral”, “climate positive” **quando si riferiscono a progetti di sola compensazione**;
- Marchi ambientali senza sistema certificativo riconosciuto: **l’uso di “marchi di sostenibilità” grafici** – bollini, etichette, loghi – è soggetto all’obbligo di basarsi su sistemi di certificazione riconosciuti: il decreto considera pratica commerciale ingannevole mostrare un marchio di sostenibilità privo di un sistema certificativo sottostante.

SULLA DURABILITÀ, GARANZIA LEGALE E ALTRE INFORMAZIONI RILEVANTI

➤ **Garanzia legale (obbligo per tutti)**

Viene rafforzato l’obbligo di informare il consumatore sull’esistenza della **garanzia legale di conformità** relativa ai beni. A tal fine, dovrà essere fornito un promemoria che ne richiami i principali elementi, indicando espressamente anche la **durata minima di due anni**. Tale informazione dovrà essere presentata in maniera visibile attraverso **l’avviso armonizzato previsto dalla Direttiva**.

➤ **Garanzia “commerciale” di durabilità (se applicabile)**

Qualora il produttore conceda al consumatore, senza costi aggiuntivi, **una garanzia commerciale di durabilità** che copra l’intero bene per un periodo superiore a due anni, e renda tali informazioni disponibili all’operatore economico, questa circostanza dovrà essere segnalata al consumatore.

In particolare, dovranno essere indicati **l’esistenza della garanzia, la sua durata** e dovrà essere ricordata anche **la presenza della garanzia legale di conformità**. Tali informazioni dovranno essere rese **in modo visibile attraverso l’etichetta armonizzata prevista dalla Direttiva**.



POSIZIONE CNA – Che cosa abbiamo chiesto in Parlamento in sede di Recepimento della Direttiva UE 2024/825

Nel corso dell'audizione presso la Camera dei Deputati sul decreto di recepimento della Direttiva (UE) 2024/825, CNA ha espresso una posizione chiara e costruttiva: condividiamo l'obiettivo di contrastare il greenwashing e migliorare la trasparenza verso il consumatore, ma chiediamo che la norma sia applicabile anche alle micro e piccole imprese.

- Dimostrabilità, ma con strumenti semplici e proporzionati: il decreto richiede che i claim ambientali siano verificabili, ma non deve tradursi in obblighi impliciti di LCA o analisi tecnico-scientifiche non sostenibili per le imprese più piccole. Servono metodi di prova proporzionati;
- Verifica terza e certificazioni solo quando previsto dalla legge: la verifica indipendente deve restare limitata ai claim su prestazioni future o nell'utilizzo di marchi, loghi, e etichette, come previsto dal testo del decreto, e non diventare una prassi obbligatoria per tutte le dichiarazioni ambientali;
- No nuovi oneri nascosti: abbiamo chiesto di evitare interpretazioni che producano burocrazia aggiuntiva per le PMI (aggiornamento etichette, siti, schede prodotto) e di garantire tempi e strumenti applicativi adeguati;
- Proporzionalità: le micro e piccole imprese hanno impatti ambientali limitati, e strutture tecniche e capacità organizzative molto diverse rispetto alle grandi imprese: per questo, gli strumenti di verifica e dimostrabilità previsti dal decreto devono essere interpretati in modo proporzionato.