



**Artigiani
Imprenditori
d'Italia**

NOTA _ Responsabilizzazione dei consumatori e tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione

(Decreto legislativo 20 febbraio 2026, n. 30, che attua la direttiva UE 2024/825)

Documento realizzato da CNA Unione Benessere e Sanità in collaborazione con Dipartimento Politiche Ambientali CNA

A partire dal **27 settembre u.s. sono entrate in vigore in Italia le norme europee** che rafforzano la tutela dei consumatori contro le dichiarazioni ambientali ingannevoli, il cosiddetto *greenwashing*, e migliorano le informazioni sulle caratteristiche dei prodotti. Tra le diciture vietate vi sono:

- “Impatto zero”, “carbon neutral” e simili, quando si basano sulla compensazione delle emissioni;
- Diciture ambientali generiche come “eco-friendly”, “green”, “amico dell’ambiente” o “sostenibile”, se non c’è un’eccellenza ambientale riconosciuta;
- Marchi o bollini di sostenibilità che non si basano su un sistema di certificazione o non sono stabiliti da un’autorità pubblica;
- Le dichiarazioni sull’intero prodotto quando il vantaggio riguarda solo una parte, per esempio solo la confezione.

Le nuove norme riguardano tutti gli operatori economici, in particolare i produttori che sono tenuti a garantire che le dichiarazioni ambientali e di sostenibilità utilizzate sulle confezioni dei prodotti, nelle etichette e nei materiali pubblicitari siano veritiere, chiare, precise e comprovabili, evitando affermazioni generiche o ingannevoli, nonché a fornire informazioni attendibili sulle caratteristiche ambientali dei prodotti e degli imballaggi.

Entrando nel merito della questione che interessa più direttamente le imprese del settore benessere, la novità fondamentale è che non è sufficiente che un cosmetico (creme viso, sieri, detergenti, solari, shampoo e altri prodotti simili) sia di buona qualità o che il produttore lo definisca “naturale”, “green” o “sostenibile”. **Le affermazioni che estetiste e acconciatori utilizzano per effettuare i trattamenti o venderlo devono essere veritiere, dimostrabili e non ingannevoli.**

La prima cosa da chiarire è che il decreto non vieta la vendita di talune tipologie di cosmetici né impone che tutti i cosmetici siano biologici, naturali o ecologici, bensì **regola il modo in cui il prodotto viene presentato e pubblicizzato al consumatore.**

È opportuno precisare che la responsabilità della conformità del prodotto e delle diciture riportate sulla confezione e sull’etichetta resta in capo al produttore. L’operatore che si limita a utilizzare o a rivendere il prodotto non è tenuto a verificarne le caratteristiche tecniche, né risponde delle informazioni fornite dal produttore.

All’estetista e all’acconciatore è richiesta, invece, la normale diligenza professionale nelle comunicazioni rivolte alla propria clientela. Le affermazioni effettuate direttamente, anche quando riprendono testi o materiali forniti dal produttore, sono infatti considerate comunicazioni commerciali dell’operatore stesso. Per tale ragione è opportuno riportare solo dichiarazioni di cui si conosce il fondamento e, in caso di dubbio, richiederne conferma al fornitore.

Per esempio, se l’estetista o l’acconciatore dichiarano (anche a voce) o scrivono (su cartelli, volantini, sito web, post social) che un determinato prodotto in vendita nel loro salone **“rispetta il pianeta”, devono poter giustificare questa affermazione.** In caso contrario è opportuno non pubblicare testi



**Artigiani
Imprenditori
d'Italia**

promozionali di questo tipo né ripubblicare automaticamente testi promozionali ricevuti dal fornitore e, nel dubbio, correggere pubblicità, social e comunicazioni ai clienti eliminando o modificando le diciture “ambientali” non dimostrabili.

Qualora si intenda riprendere nelle proprie comunicazioni le dichiarazioni ambientali del produttore, è opportuno richiedere al produttore o al distributore la documentazione a supporto. Per esempio: documentazione che dimostri la percentuale di ingredienti di origine naturale dichiarata; prove delle affermazioni sulla riciclabilità della confezione; documentazione relativa a eventuali riduzioni dell'impatto ambientale.

Le diciture, spesso presenti sulle confezioni dei prodotti, nei cataloghi dei fornitori, nei materiali pubblicitari, rispetto alle quali è bene prestare maggiore attenzione sono, ad esempio: **Naturale al 100%, Eco-friendly, Amico dell'ambiente, Sostenibile, Impatto zero, Cosmetico verde.**

Con riferimento ai prodotti già immessi sul mercato prima del 27 settembre 2026, premesso che non è stato previsto dal legislatore comunitario un periodo transitorio per l'adeguamento alle disposizioni, le autorità europee competenti in materia di tutela dei consumatori hanno condiviso un approccio comune improntato a criteri di ragionevolezza e proporzionalità, al fine di evitare sprechi e oneri eccessivi per le imprese.

Tale approccio riguarda, tuttavia, le confezioni e le etichette dei prodotti già in commercio e non si estende alle comunicazioni curate direttamente dagli operatori (cartelli, volantini, sito web, canali social), che è pertanto opportuno verificare e, ove necessario, aggiornare sin da ora. Per quanto riguarda i prodotti cosmetici, è ragionevole attendersi un progressivo adeguamento da parte dei produttori. **In questa fase si consiglia quindi di prestare particolare attenzione alle comunicazioni commerciali, di richiedere eventualmente la documentazione ai fornitori e di non riportare dichiarazioni ambientali che non si è in grado di verificare.**

Pertanto, richiamate le esigenze di gradualità, proporzionalità e ragionevolezza, idonee a tenere conto dei tempi di adeguamento degli operatori economici, si precisa che per i beni durevoli già prodotti o immessi sul mercato – con prova di immissione in commercio o di avvenuta produzione antecedente al 27 settembre 2026 – l'adeguamento delle confezioni dei prodotti possa avvenire al termine del ragionevole periodo di “shelf life” (vita da scaffale) per ciascuna categoria merceologica, che si ritiene di individuare orientativamente in sei mesi. A tal fine va evidenziato che la responsabilità primaria della conformità del cosmetico e delle dichiarazioni associate ricade sul produttore, sull'importatore o sul soggetto responsabile del prodotto, **mentre l'utilizzatore professionale è tenuto principalmente a adottare un comportamento diligente e a non ignorare situazioni manifestamente non conformi.**

Il medesimo decreto introduce, inoltre, un **nuovo obbligo informativo**, distinto dalle dichiarazioni ambientali. Dal 27 settembre 2026 gli operatori che vendono prodotti alla clientela sono tenuti a esporre **l'avviso armonizzato sulla garanzia legale di conformità**, scaricabile a questo [link](#).

Si tratta di un'informazione sui diritti già riconosciuti ai clienti in caso di difetti di conformità dei prodotti acquistati, e non di una nuova garanzia.

È sufficiente esporre in modo visibile, ad esempio in prossimità della cassa, l'avviso ufficiale, stampato in un formato non inferiore ad A4. In caso di vendita online, l'avviso deve essere pubblicato anche sul sito, a colori.



**Artigiani
Imprenditori
d'Italia**

L'obbligo non riguarda gli operatori che si limitano a effettuare trattamenti, senza vendita di prodotti alla clientela.