NORMATIVA

Scrivere ”eco” o ”green” su Amazon? Dal 27 settembre servono le prove

Il decreto legislativo 30/2026 ha recepito la direttiva europea anti-greenwashing. Dal 27 settembre chi scrive ”eco”, ”green” o ”a impatto zero” su un’inserzione senza poterlo dimostrare commette una pratica commerciale scorretta. Ecco cosa cambia per chi vende sui marketplace.



Dr. Brenno Zuccarello, CEO Punto Zero

20 OTTOBRE 2026 · 7 MIN DI LETTURA



Dal testo europeo allo scaffale: il calendario del decreto anti-greenwashing — Fonti: EUR-Lex, Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, MIMIT.

Il 27 settembre 2026 è entrato in vigore il decreto legislativo 30/2026 [2], che ha recepito in Italia la direttiva europea 2024/825, nota come "Empowering Consumers" [1]. Da quel giorno, scrivere "eco-

friendly", "green", "a impatto zero" o "sostenibile" su un'inserzione online senza poterlo dimostrare è una pratica commerciale scorretta secondo il Codice del consumo. Non una raccomandazione: un illecito, con l'AGCM che vigila e sanziona [3]. Se vendi su Amazon e nelle tue schede prodotto ci sono diciture del genere, la questione ti riguarda adesso.

Cosa dice il decreto

Il D.Lgs. 30/2026 modifica il Codice del consumo (D.Lgs. 206/2005) in diversi punti [2]. I tre che contano di più per chi vende online sono questi.

Le asserzioni ambientali generiche entrano nella lista nera. Il nuovo articolo 23, comma 1, lettera d-bis aggiunge le "asserzioni ambientali generiche" all'elenco delle pratiche considerate scorrette in ogni circostanza [2]. Parole come "ecologico", "green", "naturale", "rispettoso dell'ambiente" o "a impatto ridotto", usate senza specificare a quale aspetto del prodotto si riferiscono e senza dimostrare un'eccellenza ambientale riconosciuta, sono ora un illecito di per sé. Non serve che qualcuno dimostri un danno al consumatore: la pratica è scorretta a prescindere.

La compensazione delle emissioni non basta più. La nuova lettera d-quater dello stesso articolo 23 vieta di dichiarare la neutralità climatica, l'impatto ridotto o positivo sull'ambiente quando ci si basa esclusivamente sulla compensazione delle emissioni di gas serra [2]. Se il tuo prodotto è "carbon neutral" perché compri crediti di carbonio, quella frase non è più utilizzabile.

Le etichette di sostenibilità autoprodotte sono fuori. La lettera b-bis dell'articolo 23 vieta di esibire un'etichetta di sostenibilità che non sia basata su un sistema di certificazione riconosciuto o stabilita da un'autorità pubblica [2]. Se sul tuo packaging c'è un bollino verde con una foglia e un nome inventato, è una pratica scorretta.

Cosa dicono le FAQ del MIMIT

Il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha pubblicato una pagina di FAQ e una circolare (protocollo 0031671 del 27 agosto 2026) per chiarire l'applicazione del decreto [4].

Due punti meritano attenzione.

Il primo riguarda le parole nel nome del tuo prodotto o del tuo marchio. Il MIMIT dice che un termine come "verde" o "eco" non è automaticamente un'asserzione ambientale vietata [4]. La valutazione è caso per caso: conta il contesto commerciale complessivo, gli elementi visivi, l'imballaggio e il marketing. Ma se quel termine suscita nel consumatore medio un'associazione ambientale, devi specificarne il significato in modo chiaro e visibile sullo stesso supporto, cioè nella stessa inserzione. Se non lo fai, l'indicazione è considerata generica e devi dimostrare un'eccellente prestazione ambientale riconosciuta del prodotto [4].

Il secondo riguarda le scorte. Se hai prodotti fabbricati o confezionati prima del 27 settembre con etichette che contengono claim generici, puoi continuare a venderli purché dimostri la data di produzione e fai uno sforzo ragionevole per informare correttamente i consumatori [4]. Online, questo si traduce in un box o un

pop-up che corregge il claim. L'orizzonte indicativo per esaurire le scorte è sei mesi, fino al 27 marzo 2027 [4]. Dopo quella data, il margine di tolleranza finisce.

Perché riguarda chi vende su Amazon

La direttiva e il decreto non citano Amazon, ma la loro portata è chiara: si applicano a qualsiasi comunicazione commerciale rivolta ai consumatori, compresi i marketplace [1] [2]. Le schede prodotto su Amazon sono comunicazioni commerciali a tutti gli effetti: titoli, punti elenco, descrizioni, contenuti A+ e immagini con testo.

Abbiamo guardato le categorie dove i claim ambientali sono più frequenti: cosmetica, detergenza, prodotti per la casa, alimentari confezionati, tessile, accessori per bambini. In molte inserzioni le parole "eco", "green", "naturale" o "sostenibile" compaiono nel titolo o nei punti elenco senza nessuna specificazione. Fino al 26 settembre era marketing aggressivo ma tollerato. Dal 27 settembre è un fatto che l'AGCM può contestare, e che un concorrente può segnalare.

Amazon stessa, peraltro, ha già i suoi requisiti sui claim. Ma il punto non è Amazon: è il Codice del consumo italiano, che vale indipendentemente da quello che la piattaforma controlla o non controlla. Una sanzione dell'AGCM per pratiche scorrette arriva al venditore, non ad Amazon.

C'è un altro aspetto pratico. Se vendi prodotti a marchio proprio e il tuo marchio contiene la parola "green", "eco" o "bio", il MIMIT ha chiarito che il nome non è vietato automaticamente [4]. Ma il contesto conta: se quel nome compare dentro un'inserzione che nel complesso suggerisce un beneficio ambientale, e tu non specifichi cosa intendi, il rischio c'è.

Cosa faremmo adesso

1. **Cerca i tuoi claim.** Apri le tue inserzioni e cerca le parole "eco", "green", "naturale", "sostenibile", "riciclabile", "biodegradabile", "a impatto zero", "carbon neutral". Guarda anche i punti elenco, i contenuti A+ e le immagini con testo sovrapposto.

1. **Verifica o rimuovi.** Per ogni claim chiediti: posso dimostrarlo con un documento? Un test di laboratorio, una certificazione di un ente riconosciuto (Ecolabel UE, FSC, GOTS, OEKO-TEX, per citare i più noti), una scheda tecnica del produttore? Se sì, il claim resta ma va accompagnato dal riferimento alla certificazione nella stessa inserzione. Se no, toglilo.

1. **Controlla le etichette sul prodotto.** Se il tuo packaging ha un bollino di sostenibilità che non viene da un sistema di certificazione riconosciuto, hai un problema che va oltre l'inserzione. La prossima spedizione a magazzino è l'occasione per correggerlo.

1. **Se hai scorte con etichette vecchie**, documenta la data di produzione e prepara un testo correttivo per l'inserzione. Hai tempo indicativamente fino al 27 marzo 2027, ma solo se puoi dimostrare che i prodotti sono stati fabbricati prima del 27 settembre [4].

1. **Tieni d'occhio le regole sulla scheda prodotto Amazon.** Le inserzioni devono rispettare sia il regolamento della piattaforma sia la legge italiana: quando il secondo si fa più stretto, il primo tende a seguire.

ARGOMENTI CORRELATI

NORMATIVA SCHEDE PRODOTTO

Fonti

1. Direttiva (UE) 2024/825 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 febbraio 2024 (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32024L0825) Consultata il 20 ottobre 2026.
2. Decreto legislativo 20 febbraio 2026, n. 30, Gazzetta Ufficiale Serie Generale n. 56 del 9 marzo 2026 (https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2026-02-20;30) Consultata il 20 ottobre 2026.
3. MIMIT, comunicato stampa "Cdm approva decreto contro i green claims", 5 novembre 2025 (https://www.mimit.gov.it/it/notizie-stampa/cdm-approva-decreto-contro-i-green-claims) Consultata il 20 ottobre 2026.
4. MIMIT, FAQ "Responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde" (https://www.mimit.gov.it/it/assistenza/domande-frequenti/responsabilizzazione-dei-consumatori-per-la-transizione-verde-risposte-alle-domande-frequenti-faq) Consultata il 20 ottobre 2026.