

Garanzia dei prodotti, cosa cambia dal 27 settembre, dal greenwashing alla trasparenza

Il provvedimento tocca da vicino chi vende beni di consumo (elettrodomestici, tecnologia, tessile, arredo) e introduce cambiamenti che i consumatori inizieranno a notare direttamente sugli scaffali e nei percorsi d'acquisto online. Per le imprese, la comunicazione ambientale dovrà diventare più rigorosa e documentabile, mentre la trasparenza su garanzia e durabilità dei prodotti smette di essere una buona pratica facoltativa e diventa un obbligo di legge.



Da domenica, 27 settembre, diventano pienamente operative le nuove regole europee sulla tutela dei consumatori in materia di sostenibilità e trasparenza commerciale, introdotte con il Decreto Legislativo 20 febbraio 2026, n. 30, che recepisce la direttiva UE 2024/825. Il provvedimento, pubblicato in Gazzetta Ufficiale lo scorso marzo, tocca da vicino chi vende beni di consumo (elettrodomestici, tecnologia, tessile, arredo) e introduce cambiamenti che i consumatori inizieranno a notare direttamente sugli scaffali e nei percorsi d'acquisto online. Per le imprese, la comunicazione ambientale dovrà diventare più rigorosa e documentabile, mentre la trasparenza su garanzia e durabilità dei prodotti smette di essere una buona pratica facoltativa e diventa un obbligo di legge.

La novità più visibile riguarda la garanzia legale di conformità, che ogni acquirente ha già oggi per legge (due anni, a carico del venditore) ma che da settembre dovrà essere comunicata in modo uniforme in tutta l'Unione Europea.

Nei negozi e sui siti di e-commerce comparirà un **avviso armonizzato, identico nella forma in ogni Paese membro anche se tradotto nella lingua di ogni nazione, pensato per rendere immediatamente riconoscibile questo diritto senza bisogno di leggere il contratto in piccolo**. Chi acquista un prodotto non conforme potrà continuare a chiedere riparazione, sostituzione o, nei casi previsti, rimborso, ma ora lo saprà con più chiarezza e consapevolezza fin dal momento dell'acquisto.

Il decreto interviene anche sul fronte più delicato dei cosiddetti *green claims*, le dichiarazioni con cui le aziende comunicano l'impatto ambientale dei propri prodotti. **Espressioni generiche come “eco”, “green” o “sostenibile” non potranno più essere usate liberamente:** dovranno essere sostenute da prove oggettive e verificabili. Stessa sorte per le etichette di sostenibilità, che dovranno appoggiarsi a sistemi di certificazione controllati da soggetti terzi indipendenti e per le promesse su prestazioni ambientali future, che richiederanno obiettivi misurabili e verifiche esterne. Il legislatore ha anche messo nero su bianco alcune pratiche che da ora saranno considerate scorrette: dichiararsi “*climate neutral*” contando solo sulla compensazione delle emissioni, oppure estendere all'intero prodotto un beneficio ambientale che riguarda in realtà una sola fase della produzione.

Cambia inoltre ciò che le imprese dovranno dichiarare prima della vendita in fatto di durata e riparabilità dei prodotti: durabilità attesa, indice di riparabilità dove previsto, disponibilità di pezzi di ricambio e istruzioni di manutenzione, oltre a informazioni sugli aggiornamenti software per gli articoli con componenti digitali, un tema che riguarda sempre più beni, dagli elettrodomestici agli smartphone. Anche i contratti a distanza e le vendite online sono coinvolti, con nuovi obblighi informativi su modalità di consegna, opzioni a minor impatto ambientale e servizi di assistenza post-vendita.