Ciocia MA, 'Il contrasto al greenwashing nell'ordinamento italiano. Una prima riflessione sul decreto legislativo 20 febbraio 2026, n. 30' (2026) 2 EJPLT.
DOI: https://doi.org/10.57230/EJPLT252MAC

EJPLT
ISSN 2704-8012



Il contrasto al *greenwashing* nell'ordinamento italiano. Una prima riflessione sul decreto legislativo 20 febbraio 2026, n. 30

Addressing Greenwashing in the Italian Legal Framework: Preliminary Reflections on Legislative Decree No. 30 of 20 February 2026

MARIA ANTONIA CIOCIA
Full Professor of Private Law
Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli

Abstract

Il recepimento nell'ordinamento italiano della direttiva 825/24/UE con il d.lgs. 30/2026, in assoluta coerenza con la svolta green dell'Unione Europea, realizza un nuovo impianto per la sostenibilità ambientale. Il consumatore ed il produttore vengono coinvolti nella dinamica di mercato e sono chiamati ad un ruolo proattivo strategico per l'attuazione del cambio di paradigma.

The transposition into the Italian legal system of Directive (EU) 2024/825 through Legislative Decree No. 30/2026, fully consistent with the European Union's green transition agenda, establishes a new regulatory framework for environmental sustainability. Within this framework, both consumers and producers are actively involved in market dynamics and are called upon to play a strategic and proactive role in implementing and advancing this paradigm shift.

© The author(s) 2026, published by Suor Orsola Benincasa Università Editrice.
This contribution is licensed under a Creative Common Attribution 4.0 International Licence CC-BY-NC-ND, all the details on the license are available at:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Keywords: Recepimento direttiva 825/24/UE; consumatore; tutela; funzione sociale

Summary: 1. Introduzione. – 2. Il recepimento della direttiva 825/24/UE e la continuità nella normazione multilivello. – 3. L'ambito oggettivo della nuova sostenibilità. I beni. – 4. Segue. La funzione sociale. – 5. Il consumatore e l'attuazione dei principi costituzionali. – 6. L'effettività della tutela. – 7. Conclusioni.

1. Introduzione.

Il nostro Paese ha recepito nei termini stabiliti dall'Unione Europea la direttiva 825/2024, nota come Empowering Consumers for the Green Transition Directive, con il decreto legislativo n. 30 del 20 febbraio 2026, rafforzando l'impianto normativo della tutela dei consumatori contro dichiarazioni ambientali ingannevoli e pratiche commerciali sleali legate alla transizione verso un sistema di sostenibilità ambientale e sociale. Il d.lgs. 30/2026 interviene sul piano dell'effettività del diritto del consumatore ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità (art. 2 lett. C, cod. cons.), idonee a favorire scelte consapevoli[1].

Dal punto di vista formale le disposizioni per contrastare il greenwashing[2] vengono innestate nel Codice del Consumo, che vede ampliata la disciplina delle fattispecie delle pratiche commerciali scorrette previste dall'art. 23. È considerato in ogni caso ingannevole esibire un'etichetta di sostenibilità che non sia basata su un sistema di certificazione o non sia stabilita da autorità pubbliche (art. 23, lett. b-*bis*); formulare un'asserzione ambientale generica per la quale il professionista non sia in grado di dimostrare l'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali pertinenti all'asserzione (art. 23, lett. d-*bis*); formulare un'asserzione ambientale concernente il prodotto nel suo complesso o l'attività del professionista nel suo complesso quando riguarda, invece, solo un determinato aspetto del prodotto o uno specifico elemento dell'attività del professionista (art. 23, lett. d-*ter*); nonché asserire, sulla base della compensazione delle emissioni di gas a effetto serra, che un prodotto abbia un impatto neutro, ridotto o positivo sull'ambiente in termini di emissioni di gas a effetto serra (art. 23, lett. d-*quater*).

Come è facile constatare, il legislatore non perde occasione per introdurre definizioni specifiche di dichiarazioni ambientali e etichette di sostenibilità, per rendere verificabile la comunicazione sulle caratteristiche ambientali e consentire ai consumatori di riconoscere quali siano i prodotti realmente sostenibili. Non a caso la normativa nazionale rimette pienamente il giudizio sulla violazione delle nuove disposizioni alla giurisdizione dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, che *ex* art. 27 cod. cons., applicherà le sanzioni

[1] Sulla GU n. 56 del 9 marzo u.s. è stato pubblicato il d.lgs. 20 febbraio 2026 n. 30, di attuazione della Direttiva (UE) 2024/825.

[2] L'espressione ha radici lontane, trae origine dallo studente J. Westerveld. In proposito v. G. MARCATAJO, *Trasparenza del mercato, tutela del consumatore e green washing*, in *Jus*, 2022, 192.

previste per le pratiche commerciali sleali con l'obiettivo dichiarato della «responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione»[3]; il che ulteriormente motiva l'intervento normativo nel codice del consumo. Sul piano applicativo, le disposizioni produrranno la loro efficacia dal 27 settembre 2026, esclusa la retroattività rispetto a fattispecie anteriori a tale data, salva l'ipotesi di continuità nella condotta o degli effetti.

2. Il recepimento della direttiva 825/24/Ue e la continuità della normazione multilivello.

Tecnicamente il d.lgs. n. 30/2026[4] va a modificare l'art. 18 cod. cons., amplia e precisa alcune definizioni rilevanti per qualificare le condotte commerciali e i nuovi obblighi informativi[5]. Significativa e di grande rilevanza la sostituzione del multiforme «prodotto» (nel cui ambito è contemplato qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i servizi digitali e il contenuto digitale, nonché relativi diritti e obblighi), con l'aggiunta della lettera c bis) atta a favorire l'ampliamento deciso e sostanziale dell'ambito oggettivo di riferimento della fattispecie. La disposizione modificata, accoglierà altresì: 1) qualsiasi bene mobile materiale anche da assemblare; l' acqua, gas e energia elettrica quando sono confezionati per la vendita in un volume delimitato o in quantità determinata, come «qualsiasi bene mobile materiale che incorpora, o è interconnesso con, un contenuto digitale o un servizio digitale in modo tale che la mancanza di detto contenuto digitale o servizio digitale impedirebbe l'attuazione delle funzioni che il bene è deputato a svolgere ("beni con elementi digitali"), gli animali vivi». Viene, inoltre ben delimitato l'ambito oggettivo dell'«asserzione ambientale» definita come «contesto di una comunicazione commerciale, qualsiasi messaggio o rappresentazione avente carattere non obbligatorio a norma del diritto dell'Unione europea o nazionale, in qualsiasi forma, compresi testi e rappresentazioni figurative, grafiche o simboliche, quali marchi, nomi di marche, nomi di società o nomi di prodotti, che asseriscano o implichino che un dato prodotto, categoria di prodotto, marca o operatore economico abbia un impatto positivo o nullo sull'ambiente, oppure sia meno dannoso per l'ambiente rispetto ad altri prodotti, categorie di prodotti, marche o operatori economici oppure ha migliorato il proprio impatto nel corso del tempo». Negli stessi termini è ben definita l'«asserzione ambientale generica[6]»;

[3] Il decreto legislativo del 20 febbraio 2026 n. 30, attuativo della direttiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 28 febbraio 2024, che modifica le direttive 2005/29/CE e 2011/83/UE per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione (26G00047) (GU Serie Generale n. 56 del 9/03/2026) è entrata in vigore il 24 marzo 2026.

[4] Per un ampio ed esauriente commento del decreto cfr. A. BONAFINE, *Il decreto attuativo della direttiva contro il greenwashing e i possibili riflessi sul contenzioso futuro. Note a prima lettura*, in *Iudicium*, 15 aprile 2026.

[5] In particolare il d. lgs. 20 febbraio 2026, n. 30 dispone con l'art. 1 lett. A) l'introduzione delle lettere c-bis, n-quater, n-quinquies, n-sexies, n-septies, n-octies, n-novies,n-decies e n-undecies all'art. 18 comma1.

[6] Definita come «qualsiasi asserzione ambientale formulata per iscritto o in forma orale, anche attraverso media audiovisivi, non inclusa in una etichetta di sostenibilità e la cui specificazione non è fornita in termini chiari ed evidenti tramite lo stesso mezzo di comunicazione».

ed anche l'«etichetta di sostenibilità»[7]. Altro ambito rilevante è il «sistema di certificazione»[8] che si pone a chiusura di una complessa congerie informativa certificata da un istituto *ad hoc*, che deve sugellare l'autenticità di ogni asserzione ambientale resa dal produttore nell'esercizio della sua attività. Anche l'ambito soggettivo viene ben definito con l'*addendum* b) bis" intitolato al "produttore" all'art. 45 comma 1 del codice del consumo, ove il legislatore ritiene opportuno precisare che per produttore si intende sia il fabbricante di un bene, come anche l'importatore del bene nel territorio dell'Unione Europa o qualsiasi altra persona che si presenti come produttore, apponendo sul bene il suo nome, marchio o altro segno distintivo. L'effetto è chiaramente ampliativo dell'ambito oggettivo di riferimento della normativa.

3. L'ambito oggettivo della nuova sostenibilità. I beni.

In linea con la transizione energetica da un sistema economico lineare ad uno circolare vengono ridefiniti i concetti di «durabilità, riparabilità e riciclabilità», «aggiornamento del software», «materiali di consumo» e «funzionalità», oltre quelli relativi all'assistenza post-vendita e al trattamento dei reclami [9]. Un'attenzione particolare va riservata all'aggiornamento del software (art. 23 bb *quinquies* c. cons.), nella misura in cui il consumatore non venga informato della circostanza che potrà incidere negativamente sul funzionamento di beni che comprendono elementi digitali, contenuti digitali e servizi digitali, incluso un aggiornamento di sicurezza oppure delle funzionalità, che ben può rappresentare, in linea con l'*acquis* comunitario, un'altra pratica commerciale scorretta, unitamente all'obsolescenza programmata[10]. Il contrasto a questa sottovalutata pratica scorretta sia nella legislazione comunitaria che interna è condotto con minor vigore, come dimostra la collocazione dell'*addendum* nell'ambito del contrasto al greenwashing, privo di una autonoma linea di intervento. Tuttavia, è rilevante che il legislatore italiano abbia seguito con la modifica al codice del consumo conseguente all'emanazione del d. lgs 30/2026,

[7] Definita nei seguenti termini «qualsiasi marchio di fiducia, marchio di qualità o equivalente, pubblico o privato, avente carattere volontario, che mira a distinguere e promuovere un prodotto, un processo o un'impresa con riferimento alle sue caratteristiche ambientali o sociali oppure a entrambe, esclusi i marchi obbligatori richiesti a norma del diritto dell'Unione europea o nazionale».

[8] Il sistema di certificazione viene definito come «un sistema di verifica da parte di terzi che certifica che un prodotto, un processo o un'impresa è conforme a determinati requisiti, che consente l'uso di una corrispondente etichetta di sostenibilità e le cui condizioni, compresi i requisiti, sono accessibili al pubblico e soddisfano determinati requisiti di accessibilità, trasparenza, controllo terzo, revoca/sospensione in caso di non conformità». Per un approfondimento sulle certificazioni di sostenibilità utilizzate dagli operatori economici come guida per l'individuazione di pratiche sostenibili riconosciute a livello globale, si rinvia a Valle L, 'The role of the certification systems in the EU legal framework for sustainability goals, current state and future perspectives' in questo fascicolo, pp. 1-29. DOI: https://doi.org/10.57230/EJPLT252LV.

[9] Coerentemente con questa nuova impostazione, nell'elenco delle «caratteristiche principali del prodotto», rilevanti ai fini dell'individuazione delle pratiche commerciali scorrette ed ingannevoli (di cui agli artt. 21 e 22 cod. cons.), vengono esplicitamente incluse le caratteristiche ambientali o sociali e alcuni aspetti della circolarità quali durabilità, riparabilità e riciclabilità.

[10] Come è ampiamente noto, ai sensi dell'art. 20, comma 2, C. Cons. una pratica commerciale è considerata scorretta "se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori". In proposito, *ex multis*, A. F. GAGLIARDI, *Pratiche commerciali scorrette*, Torino, 2011, 2009; E. GUERINONI, *Pratiche commerciali scorrette. Fattispecie e rimedi*, Milano, 2010.

l'indicazione pervenuta dai considerando 16,17,18 della Direttiva (UE) 2024/825, intervenendo anche avverso tale prassi che, come il greenwashing, è idonea a ledere il diritto del consumatore ad una informazione corretta e veritiera, prodromica a scelte consapevoli orientate alla sostenibilità.

4. Segue. La funzione sociale.

Da questo punto di vista notevole valenza potrà rivestire sul piano dell'efficacia il sistema di avvisi ed etichette, che hanno il fine di dimostrare le qualità effettive dei prodotti, anche in termini di eccellenza.

L'Autorità Garante per la concorrenza e il mercato (AGCM), in quanto organo con competenza esclusiva ad intervenire, in via amministrativa, nei confronti delle condotte dei professionisti che integrino una pratica commerciale scorretta, inibendone la continuazione ed eliminandone gli effetti (art. 27, comma 1 *bis*, cod. cons.), nel provvedimento n. 31135 del 12/03/2024, non ha perso l'occasione di definire come scorrette le pratiche di vendita che compromettono i diritti del consumatore nella fase post-vendita, con particolare riferimento alla consegna, all'assistenza post-vendita e alla mancata conformità del prodotto[11]. La fase successiva alla vendita del prodotto, grazie alla rilevanza conferita ai concetti di circolarità, durabilità e riparabilità, sposta l'attenzione su un tempo della vita del prodotto, sinora, di secondaria rilevanza. In questo senso può essere interpretata l'affermazione del diritto del consumatore alla completezza informativa e conformità qualificata (durabilità, software, riparabilità), grazie all'inserimento di obblighi informativi relativi al prolungamento della vita del prodotto attraverso la maggiorazione della durata della garanzia, nonché la riparabilità e disponibilità di pezzi di ricambio. Risulta così, rafforzata la valenza dell'informazione resa dal venditore nella fase precontrattuale[12], non più pienamente tutelato dall'"ignoranza incolpevole" che per un orientamento giurisprudenziale lo esimeva dall'obbligo di risarcimento del danno[13]. Rilevante diviene la questione dei termini che il

[11] A fronte, infatti, delle segnalazioni pervenute dai consumatori relativamente alla consegna di prodotti difettosi, danneggiati e non corrispondenti all'ordine di acquisto o con pezzi mancanti, tali da non consentirne l'uso da parte degli acquirenti; nella non tempestiva e idonea assistenza post vendita, ad opera di Mondo Convenienza, l'Autorità ha rilevato che gli stessi, complessivamente considerati, integrano una pratica commerciale scorretta unitaria, contraria alla diligenza professionale ai sensi dell'articolo 20 del Codice del consumo, in quanto, pur realizzatisi in diverse fasi del rapporto di consumo, sono funzionalmente collegati e idonei a determinare un ostacolo all'esercizio di diritti contrattuali. https://www.agcm.it/dotcmsdoc/allegati-news/PS12503_scorr+claus.%20vess.+sanz+estratto.pdf

[12] Così, Cass. civ., 17.11.2022, n. 33926, che si è pronunciata relativamente ad una fattispecie di vendita di un'auto usata e sulla mancanza di chiarezza, da parte della concessionaria, sull'origine e sulla gravità del difetto e sulle possibili conseguenze per la sicurezza della vettura («[…] una volta che il difetto del catalizzatore e della sonda lambda erano stati fatti presenti prima dell'acquisto, l'informazione aggiuntiva, relativa alla causa del vizio (erronea) "a causa del pregresso utilizzo per tragitti corti", lungi dall'essere neutra – come reputa la sentenza impugnata – era invece idonea a confondere l'acquirente circa la gravità del difetto e la stessa sicurezza del veicolo acquistato (un conto è un malfunzionamento da usura ed un conto un malfunzionamento da rottura)». Per un commento che ne analizzi gli aspetti problematici in materia di tutela spettante al consumatore acquirente di un bene usato, v. R. OMODEI SALÈ, *Compravendita di auto usata e tutela del consumatore consapevole dell'esistenza del difetto, ma non (anche) della sua causa*, in *Pactum*, 2024, I, 127.

[13] Cass., sez. II civ., 22.10.2025, n. 21524 L'ignoranza incolpevole del vizio della res venduta, ai sensi dell'art. 1494, l° comma c.c., costituisce il fatto che, superando la presunzione di colpa che grava sul venditore, impedisce il sorgere del credito risarcitorio. La circostanza che il relativo onere probatorio gravi sul

consumatore deve rispettare per denunciare i vizi del bene nella misura in cui viene dilatata la durata del bene, anche attraverso la riparabilità. In particolare, ai sensi della nuova formulazione dell' art. 22, comma 5-*ter*, «quando il professionista fornisce un servizio di raffronto fra prodotti e comunica al consumatore informazioni sulle caratteristiche ambientali o sociali o sugli aspetti relativi alla circolarità, quali la durabilità, la riparabilità o la riciclabilità, dei prodotti o dei fornitori di tali prodotti, sono considerate rilevanti le informazioni sul metodo di raffronto, sui prodotti raffrontati e sui fornitori di tali prodotti, così come sulle misure predisposte per tenere aggiornate le informazioni». L'avere reso «rilevanti» le suddette informazioni può, senz'altro, generare controversie sui marketplace in relazione alla trasparenza degli algoritmi e dati utilizzati per i vari ranking. Le statuizioni sinteticamente elencate rendono l'idea della necessità della doverosa conformazione del prodotto. A ben vedere la trasparenza informativa imposta dalla recente regolamentazione europea e interna interviene introducendo limitazioni pubblicistiche, esplicite ed implicite, al produttore. In particolare, il produttore dovrà seguire modalità produttive informate a criteri ambientali, essere trasparente relativamente alla tecnologia di produzione adottata, favorire una progettazione che consenta il prolungamento di vita del prodotto, nonché adottare un sistema di etichettatura uniforme, che incida sul layout del prodotto. A fronte di tali prescrizioni, il consumatore consapevole potrà beneficiare di tali vantaggi in termini bio-economici. In realtà, l'adeguamento ai dettami previsti dal d.lgs. 30/2026 se da un lato consentirà al produttore di immettere nel mercato prodotti che il consumatore (consapevole della necessità della transizione energetica) potrà preferire, dall'altro comporterà, inevitabilmente, incrementi di costo del prodotto. Rispetto a quest'ultimo, sarebbe auspicabile un intervento dello Stato che incentivi le produzioni effettivamente green, allineate al dettame normativo, funzionali al perfezionamento della transizione energetica e al perseguimento di una reale sostenibilità ambientale. La misura potrebbe limitare le ricadute dei costi della politica green sul consumatore e spingere i produttori ad optare per soluzioni effettivamente sostenibili, con vantaggi concreti in termini ambientali. In tal senso, le prescrizioni delineate non si configureranno come limitazioni alla libertà d'iniziativa economica privata ma come una vera e propria attuazione dell'utilità sociale attraverso azioni ambientali sostenibili anche nell'interesse delle future generazioni, teorizzato nell'art. 9 Cost.

5. Il consumatore e l'attuazione dei principi costituzionali.

La delineata novellazione del codice del consumo rende evidente lo sforzo del legislatore di imprimere una svolta alla politica consumeristica italiana, configurando il consumatore come soggetto proattivo, interprete del cambiamento attraverso la realizzazione concreta della funzione sociale

venditore, in conformità, del resto, alla regola generale di riparto dell'art. 2697 c.c., non esclude che l'ignoranza incolpevole integri, altresì, un'eccezione in senso lato, in quanto tale rilevabile d'ufficio pur in difetto dell'allegazione del fatto ad opera della parte interessata a farlo emergere.

proposta dagli articoli 9 e 41 Cost., informata alla reale ed effettiva sostenibilità (anche in termini di circolarità economica)[14].

A tale scopo, viene rafforzata la vigilanza del mercato, attraverso la giurisdizione amministrativa ordinaria e quella dell'Autorità Garante della concorrenza e del mercato, e vengono introdotti, nell'art. 23 cod. cons., il difetto di conformità, la risoluzione, la riduzione del prezzo, il risarcimento del danno, la sanzione della nullità per mancanza delle qualità promesse o della inefficacia di clausole e informazioni; elencazione che si traduce in una vera e propria una tipizzazione di illeciti consumeristici. Le ipotesi contemplate presumono la decettività delle stesse, per cui non occorrerà accertare né la contrarietà alla diligenza professionale della condotta considerata (formulato ex ante dal legislatore), né la potenziale efficienza della pratica sleale ad incidere sul consenso del consumatore. Sono formulate, infatti, in termini di presunzioni assolute (juris et de jure) di ingannevolezza, ampliando la lista nera vigente; per cui non viene richiesta la prova della veridicità del claim del prodotto, ma, in assenza di presupposti qualificati, viene negata la loro ammissibilità.

6. L'effettività della tutela.

Ulteriore questione è rappresentata dal cumulo di sanzioni che possono essere inflitte qualora vengano intentate procedure d'infrazione sulle medesime violazioni in più Stati, compromettendo il principio del *ne bis in idem*.

La Corte di Giustizia[15], ha avuto modo di pronunciarsi sul principio suddetto in relazione al caso Volkswagen[16] e ha affermato che il principio del *ne bis in idem*, di cui all'art. 50 della Carta dei Diritti fondamentali dell'Unione Europea, osta a una normativa nazionale che consenta il mantenimento di una sanzione pecuniaria di natura penale irrogata a una persona giuridica per pratiche commerciali sleali nel caso in cui abbia riportato una condanna penale per gli stessi fatti in un altro Stato membro[17], salvo che ricorrano delle condizioni che consentano limitazioni a tale regola generale[18]. In proposito il Consiglio di Stato[19] ha precisato che, in tema di pratiche commerciali scorrette, sussiste

[14] In proposito, D. IACOVELLI, *La riforma degli artt. 9 e 41 della Costituzione nell'ecologia delle idee*, in *Jus*, 2022, 218.

[15] CGUE, 14 settembre 2023, nella causa C-27/22.

[16] In proposito, fra i tanti, cfr. B. DE SANTIS, *La scomparsa del danno patrimoniale nel «Dieselgate». La Corte d'Appello di Venezia e l'esito infelice della «class action» italiana*, in *Nuova Giur. Civ. Comm.*, 2024, I, 25; A. PALMIERI e R. PARDOLESI, *Le incerte virtù del «Dieselgate settlement». E un esame di coscienza della responsabilità civile*, in *Il Foro it.*, 2024, VII-VIII, 5, 302 ss.; G. DE MARZO, *In tema di misure di contrasto allo scandalo «Dieselgate» in chiave di «public enforcement»*, in *Foro it.*, 2024, V, 3, 264.

[17] Sebbene detta condanna sia successiva alla data della decisione che ha irrogato tale sanzione pecuniaria, è divenuta definitiva prima che la sentenza sul ricorso giurisdizionale proposto avverso tale decisione sia passata in giudicato.

[18] Specifica la Corte «qualora, in primo luogo, il cumulo non rappresenti un onere eccessivo per l'interessato; in secondo luogo, esistano norme chiare e precise che consentano di prevedere quali atti e omissioni possano essere oggetto di cumulo e, in terzo luogo, i procedimenti di cui trattasi siano stati condotti in modo sufficientemente coordinato e ravvicinato nel tempo».

[19] Cons. Stato, sez. VI, 22.03.2024, n. 2791, in *Foro It.*, 2024, 3, 5, 229. L'installazione di un software di manipolazione nei veicoli, idoneo a falsare i risultati dei test sulle emissioni inquinanti, infatti, integra una violazione della diligenza professionale *ex* art. 20, comma 2 del codice del consumo, a prescindere dalla sussistenza di dolo specifico essendo sufficiente la contrarietà al normale grado di competenza e attenzione

l'ingannevolezza quando il professionista utilizza green claims per i propri prodotti ma installa sistemi che alterino i dati sulle reali emissioni. Le scelte consumeristiche risultano falsate nella misura in cui sono condizionate dall'affidabilità del marchio e dalle dichiarazioni ambientali rese dal professionista (oggi produttore). Pertanto, il principio penalistico del *ne bis in idem* non è di per sé preclusivo dell'esercizio dei poteri dell'AGCOM diversi da quello sanzionatorio (quali l'accertamento dell'illecito, l'inibizione, la rimozione degli effetti), anche quando sia intervenuta una decisione definitiva di un'autorità giurisdizionale straniera. In questi termini, il Consiglio di Stato, ha chiarito che il principio fissato dalla Corte di Giustizia muove dalla natura sostanzialmente penale della sanzione amministrativa pecuniaria, sicché il ne bis in idem va applicato senz'altro alla dimensione propriamente sanzionatoria dei provvedimenti dell'Autorità, ma non anche in relazione ai poteri – espressamente conferiti alla stessa dall'art. 27 cod. cons. – che non si esauriscono nella sanzione amministrativa, ma comprendono altresì: «i) l'accertamento (che è l'attività conoscitiva necessaria per ogni misura prevista da tale disposizione); ii) l'inibizione e la rimozione degli effetti (comma 2), iii) la sospensione provvisoria della pratica commerciale scorretta (comma 3); iv) l'ordine, anche in via cautelare, ai fornitori di servizi di connettività alle reti internet, ai gestori di altre reti telematiche o di telecomunicazione, nonché agli operatori che in relazione ad esse forniscono servizi telematici o di telecomunicazione di rimuovere iniziative o attività destinate ai consumatori italiani e diffuse attraverso le reti telematiche o di tele-comunicazione che integrano gli estremi di una pratica commerciale scorretta (comma 3-*bis*); v) l'ordine di fornire prove sull'esattezza dei dati di fatto; vi) l'ottenimento di un impegno a porre fine all'infrazione, cessando la diffusione della stessa o modificandola in modo da eliminare i profili di illegittimità (comma 7); vii) il divieto di diffusione o continuazione (comma 9)». Tali poteri, in effetti, non si concretano in un provvedimento di natura «sostanzialmente» penale e, dunque, sono da considerarsi estranei all'ambito di applicazione del diritto sanzionatorio europeo e, quindi, anche al principio del *ne bis in idem* che, come affermato dalla Corte di Giustizia, vieta «un cumulo tanto di procedimenti quanto di sanzioni aventi natura penale ai sensi di tale articolo per gli stessi fatti e nei confronti di una stessa persona».

Ciò posto, è facile prevedere che, con l'entrata in vigore della disciplina green transition, il rischio di contenzioso transfrontaliero aumenterà significativamente, soprattutto nell'ambito della promozione di servizi digitali e online. in tale ottica processuale, allora, diventerà centrale l'impostazione

ragionevolmente esigibile da un operatore professionale. Viene, inoltre, precisato che l'identità dei fatti materiali richiesta per l'applicazione del principio deve essere verificata attraverso l'accertamento effettivo degli elementi di fatto, non essendo sufficiente che un'autorità straniera menzioni genericamente fatti relativi al territorio di un altro stato membro, senza pronunciarsi effettivamente su di essi al fine di accertare l'infrazione o infliggere la sanzione. In particolare, il Consiglio di Stato precisa la possibilità del ricorso alla responsabilità in solido tra casa madre produttrici e controllata distributrice nazionale quando quest'ultima abbia posto in essere condotte materiali rilevanti per il mercato nazionale (importazione, distribuzione di veicoli, diffusione di materiale promozionale contenente messaggi ingannevoli realizzando l'elemento di contatto necessario con il consumatore italiano , indipendentemente dal fatto che i materiali pubblicitari siano stati predisposti dalla casa madre.

della difesa sulle questioni dell'identità del fatto, della natura della sanzione e del coordinamento temporale/procedurale[20].

7. Conclusioni.

In conclusione, è apprezzabile che il nostro Paese abbia attuato tempestivamente il cambio di paradigma della strategia legislativa unionale: il greenwashing, come l'obsolescenza programmata, non è più configurabile come un semplice errore di comunicazione, ma una pratica commerciale fraudolenta che mina la fiducia del mercato nella transizione ecologica.

La direttiva 825/24 realizza una tutela consumeristica globale, dalla fase precontrattuale (con l'obbligo della informazione certificata al consumatore) a quella post - vendita, che, anche nell'ordinamento italiano, viene ad attestarsi come momento determinante nella scelta del consumatore di un bene sul quale il produttore ha investito in termini di circolarità, grazie alla riciclabilità del prodotto, la riparabilità, il prolungamento della durata della vita e delle garanzie. Requisiti che stanno ad indicare che il professionista ha sostenuto "effettivamente" dei costi aggiuntivi rispetto ad altri per realizzare una transizione ecologica sistematica. Considerazioni queste ultime che inducono ad ulteriori riflessioni. A ben vedere, infatti, il decreto legislativo 30/2026 è la prima forma di intervento nel codice del consumo che intende attuare una reale innovazione verso una reale e certificata sostenibilità. In altri termini l'intervento normativo, pur intendendo attuare ulteriormente il diritto all'informazione del consumatore, realizza un passo rilevante verso la sostenibilità ambientale, in linea con la strategia europea e i novellati principi costituzionali. Ci troviamo di fronte alla volontà legislativa di realizzare una riforma, che partendo dai principi costituzionali (artt. 9 e 41 cost.), nel sanzionare pratiche ingannevoli come il greenwashing o l'obsolescenza programmata, "edifica" la nuova funzione sociale nel mercato unico. Nello stesso senso le modifiche al codice del consumo rendono il consumatore, "soggetto proattivo" e interprete del cambiamento investito da una funzione sociale informata alla reale ed effettiva sostenibilità con attributi di circolarità economica, che non sia solo apparente, ma sostanziale e certificata. Il consumatore è, senza dubbio, rafforzato, il produttore, invece, viene ammonito e orientato verso una reale tutela della persona, a scapito del profitto, con un impatto efficace sulle pratiche delle aziende.

In particolare, sulla scia della direttiva 825/24, il d.lgs. 30/2026 intende intervenire lungo due direttrici fondamentali, la prima delle quali è rappresentata dal contrasto al greenwashing e ai claim ambientali, attraverso il divieto di pratiche commerciali definite che sempre sono ingannevoli e vengono tipizzate normativamente come divieti nel codice del consumo. La seconda linea d'azione, invece, riguarda la rilevanza del prolungamento della vita del prodotto nel post-vendita. In questo ambito emerge il contrasto all'obsolescenza programmata e l'assenza di informazioni e trasparenza circa la

[20] Interessante l'analisi comparativa degli strumenti di gestione accentrata del contenzioso multilaterale, che mette in luce pregi e limiti dei modelli adottati negli Usa e in Italia. M. DE PAMPHILIS, *Dalla Class Action alla Multidistrict Litigation: il caso "Dieselgate" tra U.S.A. e Italia*, in *Jus civ.*, 2022, 1174.

vita utile del prodotto. Anche qui la tipizzazione degli obblighi a tutela del consumatore conferisce certezza alla nuove regole dei mercati per cui i produttori dovranno: informare preventivamente il consumatore sull'esistenza o meno di aggiornamenti software e sulla loro incidenza sul funzionamento dei dispositivi digitali; fornire chiare informazioni sulla riparabilità dei beni (e divieto di pubblicizzare falsamente una determinata durabilità in condizioni normali d'uso); non indurre in errore il consumatore sulla necessità di sostituire prematuramente i materiali di consumo di un prodotto (es. cartucce per stampanti o filtri).

Delineato questo quadro non rimane che domandarsi se il consumatore ed il produttore saranno pronti a svolgere questa funzione sociale nella transizione energetica. Molto dipenderà anche dal processo di sensibilizzazione mediatico che possa evidenziare i pregi del cambiamento, sebbene anche il meccanismo di formazione dei prezzi potrà esercitare notevole influenza. Come propugnato, sarà rilevante non far gravare sul consumatore il costo della transizione verde, in quanto, inevitabilmente, sebbene i prodotti saranno dotati di un coefficiente informativo più consono alla normativa ambientale, a fronte di incremento di prezzo, il consumatore potrebbe preferire prodotti meno costosi. Il produttore in questi termini viene a rivestire un ruolo fondamentale, divenendo determinante nel non far ricadere il costo delle innovazioni richieste dall’adeguamento normativo sul consumatore finale. In definitiva, la nuova funzione sociale che i beni sono destinati a svolgere dovrà essere promossa sia dal produttore che dal consumatore per realizzare una reale sostenibilità ambientale del mercato nell’interesse “anche” delle generazioni future.