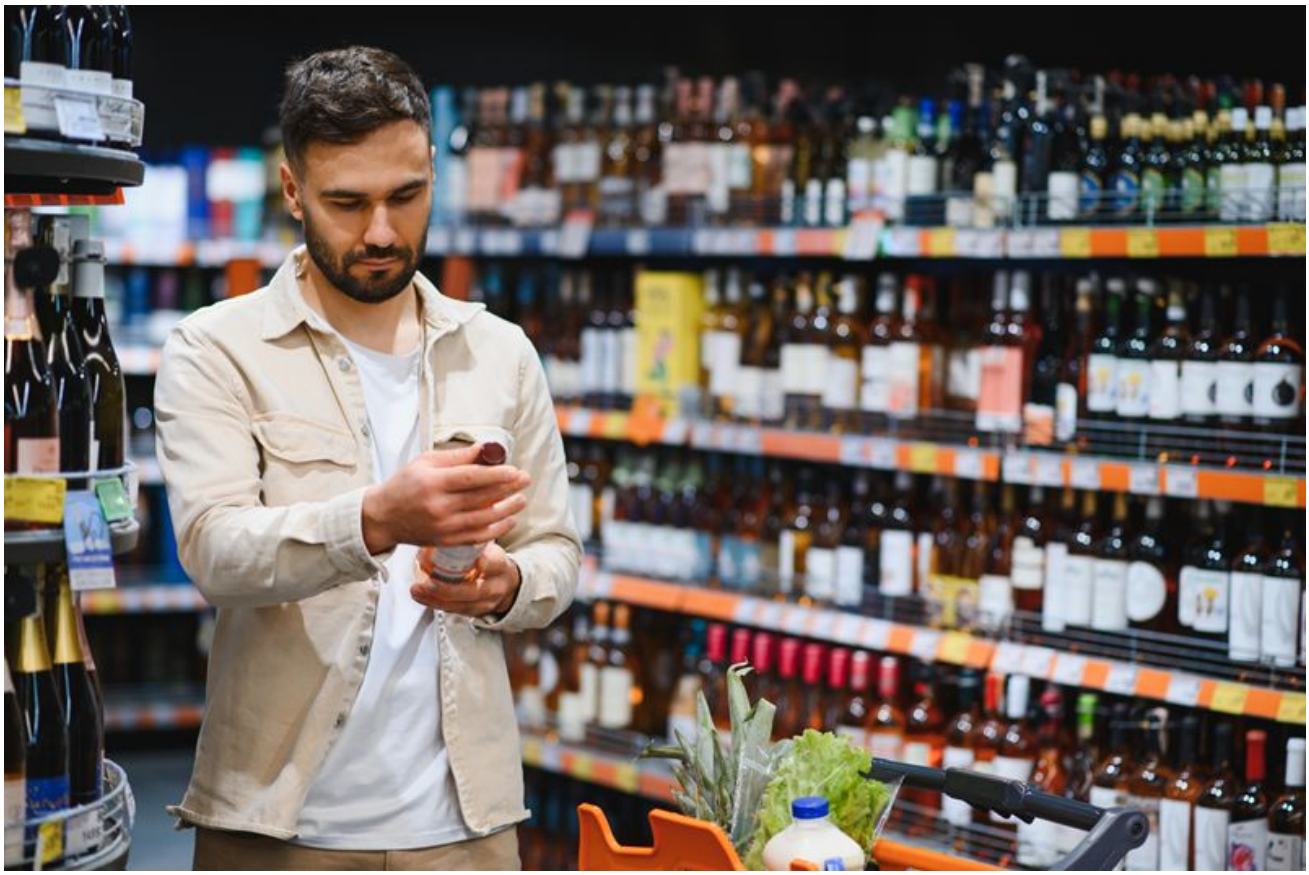
vinetur

Italia endurece el control del greenwashing empresarial en la venta al consumidor

Las empresas deberán revisar etiquetas, publicidad y alegaciones ambientales para evitar mensajes confusos o no verificables

jueves 24 de septiembre de 2026



Italia aplicará el próximo 27 de septiembre nuevas normas contra el greenwashing empresarial. Según informa ANSA, las reglas proceden de la directiva europea 825 de 2024 y fueron incorporadas al ordenamiento italiano mediante el Decreto Legislativo

30, del 20 de febrero de 2026, que las introdujo en el Código de Consumo.

Confcommercio Trentino precisa que la norma define el greenwashing como “prácticas comerciales susceptibles de inducir a error en relación con las características ambientales y de sostenibilidad de los productos”. La reforma busca mejorar la calidad y la transparencia de la información que recibe el consumidor antes de comprar.

Las nuevas disposiciones regulan las alegaciones ambientales, los sellos de sostenibilidad y las declaraciones sobre las características ambientales de los productos. También abarcan la información sobre durabilidad, reparabilidad y garantía de los bienes, ámbitos que pasan a estar sometidos a un control más claro dentro de la normativa de consumo.

La entrada en vigor de estas reglas obliga a revisar cómo se formulan los mensajes ambientales en la venta al público. Las empresas que utilicen referencias ecológicas en publicidad, envases, etiquetas o materiales comerciales tendrán que ajustar ese lenguaje a las nuevas exigencias para evitar mensajes que puedan resultar confusos o no verificables.

El cambio afecta a cualquier sector con productos dirigidos al consumidor final en Italia. En la práctica, introduce un filtro más estricto sobre la forma en que se presentan cualidades vinculadas a la sostenibilidad y sobre la consistencia de la información que acompaña a esas afirmaciones antes de la compra.

Para el sector de bebidas, la medida puede tener consecuencias directas. Bodegas, cerveceras, destilerías y otras marcas que usen mensajes sobre sostenibilidad, impacto ambiental o atributos ecológicos del producto o del envase pueden verse obligadas a revisar etiquetas, campañas y otros soportes comerciales para rebajar el riesgo regulatorio y de imagen.

Con la incorporación de la directiva europea al Código de Consumo, Italia da un paso más en el control de las declaraciones ambientales en el mercado minorista. A partir del próximo 27 de septiembre, ese marco será aplicable en la comercialización ordinaria de bienes al consumidor.