

TERRITORI DI GUSTO

E SICUREZZA ALIMENTARE

Salute, qualità, tradizione e sostenibilità
nelle province di Frosinone e Latina



Contro il greenwashing, la sostenibilità deve essere dimostrata

C'è una parola che ricorre sempre più spesso sulle confezioni, nelle campagne pubblicitarie e nei racconti aziendali: sostenibilità. Ma quando un messaggio ambientale non è preciso, documentato e verificabile, quella parola rischia di diventare soltanto una promessa suggestiva. Il contrasto al greenwashing non è un tema accessorio, ma una nuova frontiera della trasparenza del mercato.

Nel settore agroalimentare la comunicazione ambientale può incidere direttamente sulle scelte di acquisto. Espressioni come “green”, “sostenibile”, “a impatto zero”, “naturale” o richiami generici al riciclo e alla riduzione delle emissioni possono far apparire un prodotto preferibile rispetto a un altro, anche quando non è chiaro a quale fase della filiera si riferiscano, quali risultati siano stati misurati e con quali criteri. Il consumatore può così pagare di più o modificare le proprie abitudini sulla base di un vantaggio ambientale soltanto evocato.

Greenwashing, sicurezza igienico-sanitaria e correttezza dei messaggi nutrizionali non sono la stessa cosa. Sono però legati da un principio comune: chi acquista deve poter decidere sulla base di informazioni comprensibili e affidabili. Un'immagine “verde” non può sostituire la tracciabilità, i controlli, la corretta etichettatura o le valutazioni scientifiche sui benefici per la salute. Quando la comunicazione confonde questi piani,

TERRITORI DI GUSTO



E SICUREZZA ALIMENTARE

Salute, qualità, tradizione e sostenibilità
nelle province di Frosinone e Latina



si indeboliscono la fiducia nella filiera e la capacità del cittadino di compiere una scelta realmente consapevole.

La sostenibilità non può essere un colore sull'etichetta: deve essere un fatto dimostrabile. Nel settore alimentare, più che altrove, il consumatore ha diritto a sapere che cosa sta acquistando, da dove proviene e su quali dati si fondano le promesse ambientali. Difendere la trasparenza significa proteggere la salute, la libertà di scelta e anche le imprese che investono davvero nella qualità.

La campagna anti-greenwashing non è una battaglia ideologica contro la comunicazione ambientale, ma la richiesta che ogni dichiarazione sia chiara, specifica e sostenuta da elementi oggettivi. La trasparenza tutela i cittadini e, nello stesso tempo, impedisce che operatori meno rigorosi ottengano un vantaggio competitivo a danno delle aziende che investono realmente in processi più responsabili.

Il confronto arriva in un momento cruciale. Il Decreto legislativo 20 febbraio 2026, n. 30, che recepisce la Direttiva europea 2024/825 sulla responsabilizzazione dei consumatori nella transizione verde, è entrato in vigore il 24 marzo 2026 e rende applicabili le nuove disposizioni dal 27 settembre 2026. Soltanto tre giorni dopo, il forum del 30 settembre alla Tenuta Ara del Tufo offrirà quindi l'occasione per tradurre le nuove regole in una domanda semplice e concreta: quali prove devono accompagnare una promessa "verde" perché il consumatore possa fidarsi?

TERRITORI DI GUSTO

E SICUREZZA ALIMENTARE

Salute, qualità, tradizione e sostenibilità
nelle province di Frosinone e Latina



Il progetto di Codici Lazio non deve esaurirsi in una giornata di approfondimento. “Territori di Gusto e Sicurezza Alimentare” mette in relazione cittadini, produttori, tecnici, professionisti e istituzioni e lascia sul territorio punti informativi dedicati alla qualità dei prodotti, alla sicurezza alimentare e alla trasparenza delle filiere. La prospettiva è quella di una tutela continuativa: raccogliere segnalazioni, offrire orientamento e creare una rete capace di premiare l’eccellenza senza rinunciare al controllo critico dei messaggi commerciali.

Il messaggio conclusivo è netto: la sostenibilità autentica non teme le verifiche. Al contrario, si rafforza quando dati, certificazioni e risultati possono essere compresi e confrontati. È da questa alleanza tra informazione, responsabilità d’impresa e tutela collettiva che può nascere un sistema alimentare più sicuro, trasparente e vicino ai bisogni reali delle persone.

Ivano Giacomelli

Segretario Nazionale Codici