



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

Camera dei Deputati - X Commissione

Attuazione della direttiva (UE) 2024/825

**Audizione del Segretario Generale dell’Autorità Garante della
Concorrenza e del Mercato
Guido Stazi**

3 dicembre 2025

Onorevole Presidente, onorevoli Deputate e Deputati,

Vi ringrazio per aver offerto all’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato l’opportunità di esprimere la propria opinione in merito allo schema di decreto legislativo recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2024/825, 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*”.

La citata direttiva, che dà seguito al *Green Deal* europeo e rientra tra le iniziative previste dall’Agenda dei consumatori 2020 e dal Piano d’azione per l’economia circolare dello stesso anno, muove come noto - dall’intento di rafforzare i diritti dei consumatori, contrastando le pratiche sleali che fanno leva sulla sensibilità dei consumatori verso tematiche sociali e ambientali, e rafforzando i presidi informativi posti a tutela di questi ultimi, contribuendo, al contempo, a un’economia circolare, sostenibile e verde.

L’intervento euro-unitario, di massima armonizzazione, modifica due capisaldi della normativa a tutela dei consumatori, la direttiva 2005/29/CE (direttiva sulle pratiche commerciali sleali) e la direttiva 2011/83/UE (sui diritti dei consumatori) e, specularmente, lo schema di decreto legislativo interviene sulle relative discipline di recepimento contenute nel Codice del Consumo, *sedes materiae* delle norme a tutela del consumatore, di competenza dell’Autorità.

Nel modificare le suddette direttive, il provvedimento europeo introduce norme specifiche volte a contrastare le pratiche commerciali sleali che ingannano e impediscono ai consumatori di compiere scelte di consumo sostenibili (quali le asserzioni ambientali ingannevoli («*greenwashings*»), le pratiche associate all’obsolescenza precoce dei beni e alla durabilità, i marchi di sostenibilità o gli strumenti di informazione sulla sostenibilità non trasparenti e non credibili) e integra il novero

delle informazioni che devono essere fornite ai consumatori prima della conclusione del contratto, in relazione alla durabilità e riparabilità dei prodotti.

Invero, diverse delle nuove disposizioni che lo schema di decreto si appresta ad attuare cristallizzano interpretazioni giurisprudenziali e prassi applicative ben consolidate.

Vengono, infatti, tipizzate come illeciti consumeristici condotte che, come chiaramente indicato negli Orientamenti della Commissione europea sull'applicazione della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette pubblicati nel 2021¹, risultano già ora vietate come pratiche commerciali scorrette e, per questo, da tempo oggetto di attenzione da parte della stessa Autorità.

Si pensi al divieto espresso di utilizzare asserzioni di sostenibilità di qualsiasi forma (testi, immagini, colori o suoni): vaghe o generiche (“verde”, “ecocompatibile”, “rispettoso dell’ambiente”, ecc.), se non accompagnate da un’adeguata dimostrazione del concreto beneficio ambientale o sociale; relative al prodotto o all’impresa nel loro complesso, quando il beneficio vantato riguardi solo un componente del prodotto o un aspetto del processo produttivo; che affermano che un prodotto ha un impatto neutro, ridotto o positivo sull’ambiente in termini di emissioni di gas a effetto serra; che presentano come caratteristiche specifiche del prodotto requisiti che tutti i beni concorrenti sul mercato devono soddisfare per legge.

Si tratta di fattispecie sulle quali l’Autorità, in ragione del carattere elastico e orizzontale della disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette, è intervenuta già da tempo.

Nel 2009, ad esempio, nel settore delle acque minerali, sono stati sanzionati tre professionisti per aver adottato *green claims* ingannevoli relativi alla quantità di plastica utilizzata come “eco-friendly” o “Impatto Zero” in quanto prive di evidenze documentali o fattuali².

Nel 2016, l’Autorità ha sanzionato la casa automobilistica Volkswagen per aver commercializzato in Italia autoveicoli e veicoli commerciali con emissioni inquinanti non conformi a quanto dichiarato in sede di omologazione e per aver diffuso successivamente messaggi pubblicitari “*in relazione ai vanti ecologici e alle indicazioni circa la conformità degli stessi ai parametri concernenti le emissioni inquinanti e ambientali*”³.

Più di recente, nel 2024, l’Autorità ha condotto numerose istruttorie in materia e intrapreso iniziative di *moral suasion* al fine di contrastare l’uso scorretto delle dichiarazioni ambientali, invitando alcune imprese operanti nel settore dell’energia elettrica e nel settore automobilistico a eliminare asserzioni ambientali non chiare o formulate in termini del tutto assoluti e generici⁴.

¹ Negli Orientamenti della Commissione specifiche sezioni sono dedicate alle asserzioni ambientali.

² Cfr. provv. del 10 dicembre 2009, n. 20559, PS4026; provv. dell’8 febbraio 2012, n. 23278, PS7235; provv. del 14 novembre 2012, n. 24046, PS6302.

³ Cfr. provv. del 4 agosto 2016, n. 26137, PS10211.

⁴ Cfr. AGCM, *Relazione annuale sull’attività svolta nel 2024*, 31 marzo 2025.

Lo strumento dell'invito al ravvedimento operoso è stato adottato anche nel settore agroalimentare (produzione di gorgonzola), con riferimento al caso di un'asserzione che, in modo non veritiero, faceva supporre che dalla produzione del formaggio in questione non derivassero emissioni quando, invece, il professionista compensava solo parzialmente le emissioni grazie all'acquisto di "carbon credits".

Nel febbraio 2025 nel settore delle spedizioni, l'Autorità ha sanzionato diverse società, facenti capo al gruppo Gls, per aver sviluppato un programma di sostenibilità ambientale servendosi, sul sito web di riferimento, di asserzioni ambientali ambigue e non verificabili e per aver obbligato i clienti abbonati a aderire al suddetto programma corrispondendo un importo, a prescindere dalla verifica dei costi, al fine di ottenere un certificato non richiesto relativo all'avvenuta compensazione delle emissioni di CO2 connesse alle spedizioni. È emerso, altresì, che i contributi incassati sono stati superiori ai costi affrontati per la realizzazione del programma ed è stata accertata l'ingannevolezza delle comunicazioni trasmesse ai clienti abbonati e alle imprese affiliate e delle certificazioni sulle compensazioni delle emissioni di CO2. Il provvedimento è stato adottato anche tenendo conto di come la crescente consapevolezza sulle problematiche ambientali influenzi in maniera sempre più decisiva i comportamenti di acquisto e la reputazione delle imprese rispetto ai propri concorrenti⁵.

Lo scorso luglio, infine, l'Autorità ha sanzionato la società che gestisce in Europa i siti di compravendita dei prodotti di abbigliamento Shein, per l'utilizzo di *claim* ambientali vaghi, generici e/o eccessivamente enfatici, omissivi e ingannevoli. I *claim* utilizzati da Shein per presentare, descrivere e promuovere i capi di abbigliamento enfatizzavano l'uso di fibre "green" senza indicare in maniera chiara i sostanziali benefici ambientali dei prodotti durante il loro intero ciclo di vita e senza specificare che tale linea di prodotti è ancora marginale rispetto al totale dei prodotti a marchio Shein. Inoltre, diversamente da quanto si lasciava intendere nei messaggi, considerando le fibre utilizzate e i sistemi di riciclo attualmente esistenti, i prodotti non erano totalmente riciclabili. Vaghe e generiche risultavano anche le dichiarazioni presenti nella sezione relativa alla "Responsabilità sociale" di voler ridurre del 25% le emissioni di gas serra entro il 2030 e di azzerarle entro il 2050 oltre a risultare addirittura contraddette dall'incremento delle emissioni di gas serra dell'attività di Shein per gli anni 2023 e 2024. Nel valutare la scorrettezza delle condotte, l'Autorità ha evidenziato il maggior dovere di diligenza che incombe su una società come Shein che opera in un settore e con modalità altamente inquinanti, come quello dell'abbigliamento cosiddetto "usa e getta" ("*fast e super fast fashion*")⁶.

E' di tutta evidenza pertanto come, rispetto a diverse fattispecie introdotte dallo schema di decreto, il divieto di pratiche commerciali scorrette sia già presente nell'ordinamento interno con un impatto che, necessariamente, non potrà che risultare di modesta entità sull'azione dell'Autorità. Se ne apprezza, tuttavia, l'effetto consolidante in termini di certezza del diritto per tutti gli

⁵ Cfr. provv. del 21 gennaio 20225, n. 31445, PS12525.

⁶ Cfr. provv. dal 29 luglio 2025, n. 31639, PS12709.

operatori del mercato, ed anche come elemento di stimolo di una leale concorrenza in condizioni di parità nel mercato interno.

Invero, la novella contiene anche fattispecie inedite che in quanto tali sono destinate a determinare un ampliamento dell'ambito di intervento dell'Autorità dotandola anche di strumenti più incisivi rispetto a quelli attuali.

Ad esempio, il divieto di cui alla lett. d *bis*) che l'art. 1 lett d) dello schema intende introdurre sotto l'art. 23 del Codice del Consumo, concernente le asserzioni ambientali generiche per le quali il professionista non è in grado di dimostrare l'eccellenza riconosciuta delle prestazioni ambientali pertinenti all'asserzione, contiene di fatto una inversione dell'onere della prova del vanto ambientale, agevolando in tal modo l'accertamento in sede di *enforcement*.

In aderenza alle previsioni unionali, vengono introdotte rilevanti novità sulla circolarità dei prodotti e sull'obsolescenza programmata, sui quali l'Autorità è intervenuta in passato.

Nel 2018, ad esempio, sono state concluse due istruttorie accertando la scorrettezza di condotte attuate dai gruppi Apple e Samsung in relazione ad alcuni noti smartphone da essi prodotti⁷. Le condotte accertate riguardavano il rilascio di alcuni aggiornamenti firmware dei rispettivi telefoni cellulari, che avevano provocato gravi disfunzioni e ridotto in misura significativa le prestazioni dei telefoni, in tal modo accelerando il processo di sostituzione degli stessi da parte dei consumatori. I due provvedimenti di scorrettezza, tuttavia, sono stati annullati in sede giurisprudenziale in quanto, secondo il giudice, i rispettivi accertamenti non erano stati adeguatamente provati in quanto fondati su elementi indiziari.

Il caso dimostra come, nella prassi, il contrasto al fenomeno abbia incontrato diversi ostacoli legati sia alla necessità di valutare l'ingannevolezza facendo ricorso alle clausole di specie o alla clausola generale e, dunque, mediante una valutazione caso per caso, sia di fornire prove in merito alla effettiva durata del prodotto o alla adozione da parte delle imprese di condotte idonee ad accelerarne la sostituzione.

Lo schema di decreto legislativo nel dare attuazione alla direttiva, viceversa, interviene alla radice del fenomeno. Rileva, in quest'ottica, l'inserimento nella *black list* delle pratiche ingannevoli di diverse ipotesi che attengono alla durabilità dei beni di cui alle lett. da bb-septies) a lett. bb-undecies) che l'art. 1 lett d) dello schema intende introdurre sotto l'art. 23 del Codice del consumo, nonché l'integrazione degli obblighi informativi posti a carico degli operatori concernenti la durabilità e riparabilità dei prodotti, come l'informazione sull'esistenza e sulla durata di una garanzia commerciale di durabilità o se applicabile l'"indice di riparabilità" del bene di cui alle lett. p-ter) e p. quater) che lo schema in esame intende introdurre sotto l'art. 45 del Codice del Consumo.

⁷ Cfr. provv. del 25 settembre 2018, n. 27363, PS11009 e provv. del 25 settembre 2018, n. 27365, PS11039.

Da ultimo, sotto il profilo formale si condivide la scelta del legislatore nazionale di sostituire nella trasposizione delle definizioni il termine “operatore economico” con il termine professionista, trattandosi di scelta coerente con l’impianto del Codice del Consumo.

In conclusione, l’Autorità esprime piena condivisione rispetto alla scelta del legislatore di modificare il Codice del Consumo, estendendone e specificandone la portata, in una prospettiva di garanzia della certezza del diritto e di piena conformità con il carattere di massima armonizzazione della direttiva (UE) 2024/825 che appare idonea a limitare in nuce l’utilizzo di condotte commerciali scorrette da parte delle imprese senza bloccare lo sviluppo tecnologico e produttivo e, specialmente per gli aspetti innovativi, ad agevolare l’azione dell’Autorità in materia.