

Bruxelles, 21 novembre 2025
(OR. en)

15772/25

CONSOM 267	CLIMA 552
COMPET 1217	ENV 1260
MI 939	DIGIT 250
IND 532	TELECOM 424
ENT 258	SAN 765
JUSTCIV 196	AUDIO 121
EF 385	CYBER 340
ECOFIN 1583	CHIMIE 138
TRANS 572	RC 55
ENER 612	

NOTA DI TRASMISSIONE

Origine:	Segretaria generale della Commissione europea, firmato da Martine DEPREZ, direttrice
Data:	20 novembre 2025
Destinatario:	Thérèse BLANCHET, segretaria generale del Consiglio dell'Unione europea

n. doc. Comm.:	COM(2025) 848 final
----------------	---------------------

Oggetto:	COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI Agenda dei consumatori 2030 e piano d'azione per i consumatori nel mercato unico "Un nuovo impulso alla protezione dei consumatori, alla competitività e alla crescita sostenibile"
----------	--

Si trasmette in allegato, per le delegazioni, il documento COM(2025) 848 final.

All.: COM(2025) 848 final



Bruxelles, 19.11.2025
COM(2025) 848 final

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO,
AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E
AL COMITATO DELLE REGIONI**

**Agenda dei consumatori 2030 e piano d'azione per i consumatori nel mercato unico
"Un nuovo impulso alla protezione dei consumatori, alla competitività e alla crescita
sostenibile"**

{SWD(2025) 848 final}

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI

Agenda dei consumatori 2030 e piano d'azione per i consumatori nel mercato unico "Un nuovo impulso alla protezione dei consumatori, alla competitività e alla crescita sostenibile"

La protezione dei consumatori è parte integrante della nostra Unione e costituisce il fulcro del nostro mercato unico¹. Garantisce che i consumatori europei possano compiere scelte informate, siano protetti quando acquistano beni e servizi, siano trattati in modo equo nei contratti e nelle operazioni che effettuano e abbiano accesso a mezzi di ricorso efficaci. Una solida agenda dei consumatori è essenziale per fare la differenza nella vita quotidiana dei consumatori e conseguire i nostri obiettivi generali e sinergici in materia di competitività e prosperità sostenibile, proteggendo la democrazia e l'equità sociale².

I consumatori europei traggono beneficio da alcuni dei livelli di protezione più elevati al mondo, ma si trovano comunque ad affrontare numerose sfide. Tra queste figurano il costo elevato della vita e l'incertezza socioeconomica, gli impatti dei cambiamenti climatici, l'esposizione a prodotti non sicuri e a pratiche commerciali sleali, in particolare online, ostacoli persistenti agli acquisti transfrontalieri e difficoltà nell'ottenere un risarcimento. Il mercato dell'UE si trova inoltre ad affrontare sfide crescenti derivanti dal significativo aumento delle importazioni nel contesto del commercio elettronico provenienti da paesi terzi, in particolare i pacchi di valore modesto importati e consegnati direttamente ai consumatori, che pongono rischi per la loro salute e sicurezza, sono insostenibili da un punto di vista ambientale e creano concorrenza sleale per le imprese conformi nell'UE³.

La protezione dei consumatori, la competitività e la prosperità sostenibile si rafforzano vicendevolmente. Come affermato nella [relazione Letta](#), il rafforzamento della protezione dei consumatori promuove un ambiente competitivo a vantaggio tanto dei consumatori quanto delle imprese. Con 450 milioni di consumatori nel mercato unico e una spesa delle famiglie che rappresenta oltre il 51 % del PIL dell'UE⁴ (un dato questo che ne fa la principale componente dell'attività economica nell'UE), i consumatori svolgono un ruolo essenziale in veste di motore trainante della nostra economia. Le loro esigenze, motivazioni, preferenze, preoccupazioni e, in ultima analisi, le loro scelte trainano la concorrenza, l'innovazione, gli investimenti e la crescita sostenibile. Tali fattori incidono altresì sul fatto che i prodotti siano importati, coltivati o fabbricati nell'UE e hanno pertanto un impatto sulla transizione giusta nel suo complesso.

¹ Articolo 12 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea e articolo 38 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.

² [Priorità della Commissione per il mandato 2024-2029](#).

³ Nel febbraio 2025 la Commissione europea ha presentato la [comunicazione su un pacchetto completo di strumenti per un commercio elettronico sicuro e sostenibile](#). Saranno fondamentali progressi rapidi su diversi fronti, tra cui l'eliminazione dell'esenzione dai dazi doganali per i prodotti di valore inferiore a 150 EUR nell'ambito della riforma doganale, il rafforzamento della cooperazione con i paesi di origine di tali prodotti per affrontare questioni relative alla sicurezza dei prodotti alla fonte e il rafforzamento delle nostre capacità di applicazione delle norme in materia di dogane, vigilanza del mercato e protezione dei consumatori.

⁴ Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_GDP/default/table?lang=it.

A sua volta, un mercato dell'UE competitivo aumenta il benessere dei consumatori offrendo un'ampia scelta di beni e servizi di qualità a prezzi accessibili. Un solido quadro per la protezione dei consumatori fornisce norme e incentivi per creare la fiducia, le garanzie e la certezza del diritto di cui hanno bisogno tanto i consumatori quanto le imprese. Ad esempio, per affrontare i rischi posti dalla crescita esponenziale delle importazioni del commercio elettronico, un'attuazione e un'applicazione rigorose delle norme dell'UE in materia di diritti dei consumatori e sicurezza dei prodotti sono essenziali non soltanto al fine di proteggere i consumatori, ma anche per tutelare le imprese conformi nei confronti della concorrenza sleale.

Oltre a questo ruolo economico centrale, la politica dei consumatori presenta una dimensione sociale, protettiva e stabilizzatrice intrinseca che riveste un'importanza ancora maggiore nei tempi turbolenti che l'Europa e il mondo si trovano oggi ad affrontare. Creando un quadro che tuteli i diritti delle persone, garantisca pratiche di mercato eque e persegua il benessere collettivo e la non discriminazione, la politica dei consumatori promuove l'equità sociale e rafforza la fiducia nella nostra democrazia. Ad esempio, la politica dei consumatori può mitigare le difficoltà dei consumatori per quanto riguarda il costo elevato della vita e alleviare le loro preoccupazioni ambientali sostenendo l'economia circolare e promuovendo la disponibilità di prodotti sostenibili attraenti e a prezzi accessibili.

È in questo contesto che la Commissione europea sta presentando la propria **agenda dei consumatori 2030 ("agenda")**, un nuovo quadro strategico per la politica dei consumatori dell'UE che definisce priorità e azioni concrete per i prossimi cinque anni.

L'agenda prevede un'ampia serie di azioni che rispondono direttamente alle principali sfide e rispecchiano la natura trasversale della politica dei consumatori e intende migliorare la protezione dei consumatori e promuovere la competitività, l'equità sociale e la crescita sostenibile, in particolare rafforzando l'attuazione, l'applicazione e il rispetto coerenti ed efficaci delle norme dell'UE e affrontando sfide importanti quali l'equità digitale e la protezione dei consumatori online.

L'agenda affronta quattro **settori prioritari** fondamentali. Innanzitutto, dato il ruolo centrale della protezione dei consumatori nel garantire il corretto funzionamento del mercato unico e l'importanza del mercato unico nel creare prosperità e rafforzare la competitività dell'Europa, l'agenda comprende un **piano d'azione per i consumatori nel mercato unico**. Tale piano d'azione integra la [strategia per il mercato unico](#) affrontando questioni specifiche all'interno del mercato unico che incidono direttamente sui consumatori. Le altre priorità fondamentali dell'agenda sono **l'equità digitale e la protezione dei consumatori online, il consumo sostenibile, l'applicazione delle norme e i mezzi di ricorso**.

La necessità di adattarsi a una società in rapida evoluzione e l'intensificazione del commercio elettronico accrescono le complessità e i rischi per gruppi specifici di consumatori, quali le persone con disabilità, gli anziani, i giovani consumatori o le famiglie a basso reddito. **Proteggere i consumatori in situazioni di vulnerabilità** costituisce pertanto una **priorità generale** importante che abbraccia tutti i settori dell'agenda. Figurano in tale contesto la protezione dei minori in quanto consumatori nell'ambiente digitale e la lotta contro l'impatto del costo elevato della vita, che ha reso sempre più difficile per molti permettersi esigenze di base quali prodotti alimentari, energia e un alloggio.

La semplificazione e la riduzione degli oneri amministrativi costituiscono una **priorità generale**, in linea con gli obiettivi stabiliti nella [bussola per la competitività](#). A tal fine, l'agenda mira a semplificare e chiarire le norme in materia di protezione dei consumatori, ridurre gli oneri amministrativi superflui e consentire alle imprese di operare in un contesto chiaro, equo e prevedibile, il tutto mantenendo nel contempo solide norme in materia di protezione dei consumatori. In particolare, il rafforzamento e la semplificazione del quadro di applicazione delle norme costituiscono un elemento portante dell'agenda e aiuteranno le imprese a ridurre i loro costi di conformità e a sfruttare le opportunità offerte dal mercato unico. A loro volta, la semplificazione e la riduzione degli oneri dovrebbero altresì consentire alle imprese di contribuire ad alleviare le pressioni sul costo della vita.

Le azioni previste dall'agenda saranno sostenute da una cooperazione internazionale attiva, a livello tanto bilaterale quanto multilaterale. L'UE continuerà a collaborare con i paesi di tutto il mondo e a partecipare a consessi multilaterali, quali l'Organizzazione mondiale del commercio (OMC), la Conferenza delle Nazioni Unite sul commercio e lo sviluppo (Unctad) e l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economici (OCSE), al fine di promuovere un livello elevato di protezione dei consumatori e sostenere parità di condizioni per le imprese. L'UE continuerà a interagire con i partner che lo desiderano attraverso dialoghi informali in materia di consumatori e a collaborare con le autorità pertinenti, in particolare per quanto riguarda la sicurezza dei prodotti venduti online, nonché a organizzare ogni due anni una Settimana internazionale della sicurezza dei prodotti. La Commissione continuerà inoltre ad aiutare i paesi candidati ad allinearsi all'*acquis* dell'UE in materia di protezione dei consumatori nell'ambito del processo di allargamento dell'UE.

L'agenda si fonda sui risultati della [nuova agenda dei consumatori](#) adottata nel 2020 ed è il risultato di ampie discussioni con i portatori di interessi⁵. Al fine di conseguire i suoi obiettivi e attuare le sue azioni, è essenziale disporre di un **quadro di governance inclusivo, trasparente e dinamico**. La Commissione coopererà in modo strutturato con tutti i portatori di interessi, compresi gli Stati membri e il Parlamento europeo, le associazioni di imprese, il mondo accademico e la società civile, comprese le associazioni dei consumatori. Il coinvolgimento attivo di tali soggetti durante l'intero processo di attuazione dell'agenda sarà essenziale per il suo successo.

1. COMPLETAMENTO DEL MERCATO UNICO: UN PIANO D'AZIONE PER I CONSUMATORI

Il mercato unico è uno dei maggiori risultati raggiunti dall'UE: offre **vantaggi significativi** ai consumatori, quali una scelta più ampia e prezzi più bassi, e rappresenta una risorsa fondamentale per stimolare la competitività europea. Tuttavia numerosi ostacoli impediscono ancora ai consumatori e alle imprese di sfruttare appieno il potenziale del mercato unico. Il completamento del mercato unico costituisce pertanto una priorità assoluta. Il presente piano d'azione integra le misure incluse nella strategia per il mercato unico e nell'imminente tabella di marcia per il mercato unico fino al 2028. Affronta gli ostacoli che impediscono ai consumatori di trarre ulteriori benefici dal mercato unico, principalmente nei settori dell'accesso a beni e servizi, in particolare in relazione a servizi finanziari, mobilità e trasporti.

⁵ Cfr. la relazione riepilogativa di accompagnamento che sintetizza le attività di consultazione dei portatori di interessi (SWD(2025) 848 final).

Dalla sua adozione nel 2018, il [regolamento sui blocchi geografici](#) ha migliorato l'accesso dei consumatori a beni e servizi transfrontalieri eliminando i blocchi geografici ingiustificati e altre forme di discriminazione nelle vendite online basate sulla nazionalità o sul luogo di residenza o di stabilimento. Permangono tuttavia sfide per quanto concerne la corretta attuazione del regolamento⁶. Nel febbraio 2025 la Commissione ha avviato una valutazione formale del regolamento al fine di stabilire se abbia conseguito i suoi obiettivi. Parallelamente, la Commissione analizzerà ulteriormente i benefici, le sfide e i possibili rischi di un'estensione dell'ambito di applicazione del regolamento.

Gli ostacoli transfrontalieri che limitano la scelta dei consumatori non si limitano agli ambienti online. Anche le **restrizioni territoriali dell'offerta**, che sono restrizioni imposte da alcuni fabbricanti che rendono molto difficile o persino impossibile per i dettaglianti, siano essi negozi online o fisici, acquistare prodotti in uno Stato membro e venderli in un altro, frammentano il mercato unico e possono portare a prezzi più elevati, contribuendo in tal modo a un aumento del costo della vita⁷. Come annunciato nella strategia per il mercato unico, la Commissione svilupperà strumenti volti a contrastare le restrizioni territoriali dell'offerta ingiustificate in situazioni che non rientrano nell'ambito di applicazione del diritto in materia di concorrenza. Parallelamente, la Commissione continuerà ad applicare con determinazione le norme in materia di concorrenza.

Un altro settore in cui i consumatori incontrano ostacoli è la **fornitura transfrontaliera di servizi finanziari**. Sebbene la percentuale di consumatori che acquistano servizi finanziari all'estero sia aumentata, essa rimane molto limitata in determinate categorie di prodotti quali i prestiti al consumo, i mutui ipotecari e le assicurazioni. Aumentare la fornitura transfrontaliera di servizi finanziari al dettaglio, proteggendo nel contempo i consumatori dal ricorso irresponsabile al credito e dal sovraindebitamento, può apportare benefici ai consumatori e opportunità commerciali per i fornitori di servizi finanziari. I consumatori possono inoltre continuare a essere soggetti a restrizioni quando cercano di aprire un conto di pagamento in un altro Stato membro. L'[Unione del risparmio e degli investimenti](#) promuoverà una maggiore integrazione dei mercati dei capitali, unitamente a un sistema bancario integrato, e migliorerà l'erogazione transfrontaliera di fondi. Incoraggerà la partecipazione degli investitori al dettaglio ai mercati dei capitali, in particolare cercando di aumentare la disponibilità e la diffusione di **conti di risparmio e di investimento** che possano consentire ai consumatori di ottenere rendimenti più elevati a lungo termine da investimenti nei mercati finanziari, come illustrato nella [raccomandazione della Commissione agli Stati membri sui conti di risparmio e investimento](#). La Commissione collaborerà inoltre con gli Stati membri al fine di garantire **un'attuazione e un'applicazione efficaci della legislazione vigente in materia di servizi finanziari**, come la [direttiva sui conti di pagamento](#). Tale direttiva impedisce ai prestatori di servizi di discriminare i consumatori dell'UE in base alla nazionalità o al luogo di residenza quando presentano domanda di accesso a un conto bancario e conferisce a tutti i consumatori che risiedono legalmente nell'UE il diritto a un conto di pagamento di base. Al fine di migliorare il **rispetto** di tali norme, la Commissione valuterà la possibilità di includere il [regolamento sull'area unica dei pagamenti in euro](#), il quale comprende una

⁶ Cfr.: [Commission staff working document on the impact of the Geo-Blocking Regulation and progress in further reducing cross-border barriers](#) e [Corte dei conti europea, Relazione speciale: Blocchi geografici ingiustificati nel commercio elettronico](#). Cfr. anche: [Geo-blocking – Still an area of concern for ECC-Net](#).

⁷ Uno [studio](#) condotto per conto della Commissione europea ha stimato che, se fossero eliminate le restrizioni territoriali dell'offerta, i consumatori potrebbero risparmiare fino a 14,1 miliardi di EUR l'anno sugli acquisti di determinati prodotti.

norma che vieta la **discriminazione in base all'IBAN**⁸, nell'ambito di applicazione del [regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori](#). La Commissione si concentrerà inoltre sull'attuazione della [strategia per la promozione dell'alfabetizzazione finanziaria nell'UE](#), che mira a consentire ai consumatori di gestire meglio le loro finanze personali e di partecipare ai mercati dei capitali su una base sicura e solida, in particolare nell'era dei servizi digitalizzati. Nel 2028 la Commissione prevede di effettuare una prova di stress completa del diritto dell'UE in materia di servizi finanziari ai consumatori al fine di valutarne la resilienza, individuare opportunità di semplificazione delle norme e garantire che rimanga idoneo allo scopo in un panorama finanziario in rapida evoluzione.

Oltre alla possibilità di accedere a beni e servizi in tutta l'UE, la **libera circolazione delle persone** all'interno del mercato unico consente inoltre ai consumatori di godere di tutti i vantaggi di un'Europa senza frontiere. Quando viaggiano, i consumatori hanno bisogno di accedere a servizi di mobilità, trasporto e comunicazione elettronica a prezzi accessibili, di alta qualità, senza soluzione di continuità e accessibili, sostenuti da un solido insieme di diritti.

Per quanto concerne i servizi di comunicazione elettronica, le [norme dell'UE sul roaming](#) prevedono che i consumatori che viaggiano all'interno dell'UE/del SEE possano utilizzare i loro telefoni per chiamare, inviare messaggi e accedere a internet senza oneri aggiuntivi. L'UE ha già concluso accordi che estenderanno effettivamente lo spazio di roaming dell'UE all'Ucraina e alla Moldova a partire dal 1° gennaio 2026. La Commissione ha inoltre avviato la procedura di revisione delle norme dell'UE in materia di comunicazioni elettroniche per quanto riguarda i diritti degli utenti finali e il servizio universale.

Sebbene la domanda di **viaggi multimodali** sia in aumento, i consumatori incontrano ancora numerosi ostacoli nel confrontare le tariffe, trovare la migliore opzione di viaggio, prenotare i loro viaggi e difendere i loro diritti in caso di perturbazioni. Questo è il caso in particolare per i viaggi in treno. Le imminenti proposte relative a un **regolamento su un servizio unico digitale di prenotazione e biglietteria**, al **regolamento sui servizi di mobilità digitale multimodale** e alla revisione mirata del [regolamento sui diritti dei passeggeri nel trasporto ferroviario](#), unitamente all'imminente adozione degli atti legislativi del [pacchetto sulla mobilità dei passeggeri](#), affronteranno diverse di queste sfide. Il pacchetto sulla mobilità dei passeggeri comprende la revisione dei regolamenti dell'UE in materia di diritti dei passeggeri così come la revisione della [direttiva del 2015 sui pacchetti turistici](#). Il completamento della revisione di tale direttiva porterà a una protezione più efficace dei consumatori, anche attraverso nuove norme in materia di buoni, che richiedono il consenso esplicito dei viaggiatori. Garantirà inoltre che i consumatori ricevano informazioni più chiare, riducendo nel contempo in modo significativo il numero di moduli informativi. Il completamento della revisione della legislazione dell'UE in materia di **diritti dei passeggeri** garantirà in particolare una migliore applicazione dei diritti dei passeggeri, creerà diritti per i passeggeri nel contesto di viaggi multimodali, migliorerà i diritti dei passeggeri con disabilità e a mobilità ridotta, ottimizzerà l'informazione dei passeggeri in merito ai loro diritti e chiarirà le norme sul rimborso dei biglietti aerei prenotati tramite intermediari. La Commissione presenterà inoltre una

⁸ Il regolamento sull'area unica dei pagamenti in euro impone alle banche e alle imprese di trattare allo stesso modo i numeri di conto bancario internazionale (IBAN) di tutti gli Stati membri dell'UE, garantendo che le persone fisiche e le imprese possano effettuare operazioni transfrontaliere senza incontrare ostacoli ingiustificati in ragione dell'origine del loro IBAN.

revisione del [regolamento sui servizi aerei](#). Ciò comporterà un'azione mirata volta a rafforzare le norme in materia di protezione dei consumatori, anche fornendo chiarezza sulle franchigie minime per il bagaglio a mano⁹, così come sulle caratteristiche e sui servizi che devono essere inclusi come standard in tutti i biglietti aerei, nonché aumentando la trasparenza e la comparabilità dei biglietti aerei.

La transizione verso una **mobilità pulita** richiede inoltre l'eliminazione degli ostacoli che impediscono l'uso di veicoli a emissioni zero a livello nazionale e transfrontaliero. Dato che un maggior numero di consumatori acquista automobili elettriche, essi hanno bisogno di un mercato della ricarica ben funzionante e competitivo. L'infrastruttura pubblica di ricarica dell'UE è cresciuta in maniera significativa grazie al [regolamento sull'infrastruttura per i combustibili alternativi](#). Tale regolamento ha introdotto altresì disposizioni volte ad agevolare le procedure di pagamento e a migliorare la trasparenza dei prezzi di ricarica. Nel 2026 la Commissione riesaminerà il regolamento sull'infrastruttura per i combustibili alternativi e valuterà l'efficacia delle disposizioni esistenti e l'eventuale necessità di ulteriori azioni per garantire la piena trasparenza dei prezzi e metodi di pagamento semplici.

Nell'ambito dell'imminente **strategia dell'UE per il turismo sostenibile**, la Commissione esaminerà altresì le modalità per rendere i **noleggii transfrontalieri di autovetture** più accessibili ai consumatori. In linea con la strategia per il mercato unico, la Commissione sta valutando l'applicazione delle norme e dei principi del mercato unico dell'UE al settore **dei taxi e dei veicoli a noleggio con conducente**.

Il commercio transfrontaliero costituisce una parte fondamentale del mercato europeo delle autovetture usate¹⁰. Tuttavia l'assenza di informazioni affidabili sul chilometraggio, sulla manutenzione e sullo storico degli incidenti delle autovetture mina la fiducia dei consumatori e li espone a pratiche fraudolente. Diversi Stati membri hanno già messo in atto vari sistemi per affrontare questo problema. Il [pacchetto sui controlli tecnici](#) adottato nell'aprile 2025 comprende misure volte ad affrontare la manomissione del contachilometri nelle vendite nazionali e transfrontaliere di veicoli usati. Tali misure garantiranno che i consumatori ricevano informazioni adeguate, rafforzando in tal modo la protezione dei consumatori nel mercato dei veicoli usati. La Commissione sta inoltre lavorando alla revisione della [direttiva sull'etichettatura delle autovetture](#) al fine di informare meglio i consumatori.

I **portafogli europei di identità digitale**, che saranno disponibili in ciascuno Stato membro entro il 2026, renderanno più facile per i consumatori conservare e condividere i principali documenti di viaggio, quali i visti e i passaporti digitali, e utilizzarli per controllare facilmente i voli e gli alberghi, aprire un conto bancario, noleggiare un'autovettura, rinnovare le prescrizioni mediche e accedere ad altri servizi pubblici e privati a livello transfrontaliero.

È necessario un attento monitoraggio del **costo della vita e delle tendenze economiche nel mercato unico** al fine di elaborare misure di politica dei consumatori che affrontino gli ostacoli, sostengano l'uguaglianza sociale e garantiscano norme in materia di benessere dei consumatori. Sulla base dei dati e delle visualizzazioni Eurostat disponibili, la Commissione migliorerà i propri **strumenti online** per monitorare l'evoluzione del prezzo dei beni e dei servizi di consumo di base nel mercato unico in modo accessibile e

⁹ Fatti salvi i negoziati in corso sulla revisione della legislazione dell'UE in materia di diritti dei passeggeri.

¹⁰ Studio del Centro comune di ricerca (JRC), [A review of the used car market in the European Union](#), 2025.

facilmente comprensibile, anche a fini di ricerca e di elaborazione delle politiche. La Commissione svilupperà inoltre ulteriormente le parti del [quadro di valutazione delle condizioni dei consumatori](#) relative al costo della vita. Infine, nel 2026, la Commissione presenterà la propria prima **strategia dell'UE contro la povertà** al fine di aiutare le persone ad avere accesso alle tutele e ai servizi essenziali di cui hanno bisogno e di definire un percorso chiaro per ridurre il numero di persone in condizioni di povertà di 15 milioni nel 2030 e contribuire a eliminare la povertà in Europa entro il 2050, affrontandone le cause profonde. Ciò sarà sostenuto altresì da una **garanzia per l'infanzia** rafforzata volta a proteggere i minori dalla povertà e dall'esclusione sociale.

Azioni

- Completare una valutazione del **regolamento sui blocchi geografici** (secondo trimestre 2026) e analizzare ulteriormente i benefici, le sfide e i possibili rischi dell'estensione del suo ambito di applicazione;
- sviluppare strumenti destinati a contrastare le **restrizioni territoriali dell'offerta ingiustificate** al fine di coprire situazioni che vanno al di là di quelle contemplate dal diritto in materia di concorrenza, quali pratiche unilaterali di grandi fabbricanti (quarto trimestre 2026);
- promuovere la prestazione di **servizi finanziari transfrontalieri**, monitorando gli investimenti al dettaglio nei mercati dei capitali e **la disponibilità e l'adozione di conti di risparmio e di investimento** (2026-2027);
- migliorare il livello di **alfabetizzazione finanziaria** attraverso l'attuazione della strategia per la promozione dell'alfabetizzazione finanziaria nell'UE (a partire dal primo trimestre 2026);
- diffusione dei **portafogli europei di identità digitale** in tutti gli Stati membri quale mezzo sicuro, affidabile e rispettoso della vita privata di identificazione digitale per tutti in Europa (quarto trimestre 2026);
- concludere **accordi di roaming** con i paesi candidati all'adesione all'UE (ad esempio l'Ucraina e la Moldova a partire dal gennaio 2026 e i Balcani occidentali);
- promuovere lo sviluppo di **servizi di mobilità transfrontaliera**:
 - avviando iniziative per i **servizi digitali di mobilità multimodale**, un **servizio unico digitale di prenotazione e biglietteria** e una **revisione mirata dei diritti dei passeggeri ferroviari al fine di migliorare la prenotazione di viaggi** quando si combinano diversi modi di trasporto o diversi operatori di trasporto, in particolare per il trasporto ferroviario (proposte legislative - primo trimestre 2026);
 - rivedendo il **regolamento sull'infrastruttura per i combustibili alternativi** (2026);
 - avviando un'iniziativa sul **noleggio di autovetture a livello transfrontaliero** (secondo trimestre 2026);
- rafforzare il **monitoraggio e l'analisi delle condizioni dei consumatori e delle relative tendenze**, compreso il **costo della vita** (entro la fine del 2026).

2. EQUITÀ DIGITALE E PROTEZIONE DEI CONSUMATORI ONLINE

L'economia digitale ha apportato numerosi benefici ai consumatori. Ha introdotto prodotti e servizi nuovi e trasformato la vita dei consumatori sotto diversi punti di vista, dal modo in cui facciamo acquisti, al modo in cui consumiamo prodotti di intrattenimento, accediamo alle informazioni e interagiamo con le imprese. Con l'aumento del commercio elettronico, lo sviluppo di nuove tecnologie e il crescente utilizzo dell'intelligenza artificiale (IA) è importante garantire che il diritto dell'UE in materia di consumatori continui a fornire un livello elevato di protezione dei consumatori nell'attuale ambiente digitale, preservando l'autonomia dei consumatori e la libertà di scelta.

Il [regolamento sui servizi digitali](#), il [regolamento sui mercati digitali](#) e il [regolamento sull'intelligenza artificiale](#) hanno rafforzato il corpus di norme dell'UE in materia di digitale, apportando vantaggi evidenti per i consumatori e le imprese¹¹. Un'applicazione efficace e coerente di tali norme è essenziale al fine di affrontare i rischi e le sfide che i consumatori si trovano ad affrontare online. Tuttavia il [controllo dell'adeguatezza dell'equità digitale del diritto dell'UE in materia di tutela dei consumatori](#) ha individuato carenze e pratiche problematiche nell'ambiente digitale che richiedono un'azione a livello di UE per colmare le lacune nella protezione dei consumatori, ridurre l'incertezza giuridica per le imprese, prevenire la frammentazione normativa e facilitare l'applicazione delle norme.

Ad esempio il regolamento sui servizi digitali affronta già diversi aspetti delle sfide che i consumatori possono incontrare online. Tuttavia le pratiche commerciali problematiche riguardano tutti i tipi di operatori commerciali, compresi quelli che non rientrano nell'ambito di applicazione del regolamento sui servizi digitali, quali i siti web di commercio elettronico e i servizi digitali che non si basano sull'intermediazione di contenuti. La legislazione orizzontale dell'UE in materia di protezione dei consumatori fornisce una "rete di sicurezza" per tutti i partecipanti al mercato in modo tecnologicamente neutro. Al fine di garantire che tale rete di sicurezza sia adeguata all'era digitale, oltre ad assicurare un'attuazione e un'applicazione efficaci del quadro giuridico esistente, la Commissione proporrà altresì un **atto legislativo sull'equità digitale** per rafforzare ulteriormente la protezione dei consumatori online contro pratiche quali: percorsi oscuri (*dark pattern*) che possono influenzare ingiustamente le decisioni dei consumatori; caratteristiche di progettazione che creano dipendenza; pratiche problematiche da parte di influencer; personalizzazione sleale che sfrutta le vulnerabilità e le caratteristiche problematiche dei consumatori nel contesto dei prodotti digitali quali i social media, i videogiochi e il commercio elettronico. L'atto legislativo sull'equità digitale mirerà inoltre a semplificare le norme per le imprese, in particolare esaminando gli obblighi di informazione dei consumatori in specifici tipi di contratti e nelle operazioni ripetitive con i medesimi operatori commerciali.

I minori sono consumatori particolarmente vulnerabili che tendono ad avere modelli di consumo specifici e spesso adottano precocemente tecnologie e prodotti digitali nuovi,

¹¹ Ad esempio il regolamento sui servizi digitali impone un'ampia serie di obblighi in materia di dovere di diligenza per i servizi intermediari online, quali i mercati online, al fine di migliorare la sicurezza e la fiducia degli utenti. Obbliga inoltre le piattaforme online e i motori di ricerca di dimensioni molto grandi a individuare, valutare e attenuare i rischi sistemici derivanti dalla progettazione, dal funzionamento e dall'uso dei loro servizi, compresi quelli che possono incidere negativamente su un livello elevato di protezione dei consumatori.

compresi i prodotti destinati ai bambini molto piccoli. Il regolamento sui servizi digitali contiene già disposizioni volte a tutelare i minori sulle piattaforme online e garantisce un livello elevato di tutela della vita privata, della sicurezza e della protezione dei minori su tali piattaforme¹². Tuttavia l'esposizione dei minori a pratiche e caratteristiche dannose nei prodotti digitali, al bullismo online, a contenuti per adulti, alla promozione dell'autolesionismo e agli algoritmi progettati per sfruttare le loro vulnerabilità e favorire la dipendenza solleva preoccupazioni urgenti che richiedono un ulteriore esame. La Commissione condurrà pertanto un'**indagine a livello di UE sugli impatti più ampi dei social media sul benessere dei giovani**. Istituirà inoltre un **gruppo di esperti sui minori e i social media**, come annunciato nel discorso sullo stato dell'Unione 2025 della presidente von der Leyen. L'atto legislativo sull'equità digitale mirerà inoltre a rafforzare la **protezione dei consumatori vulnerabili online, compresi i minori**.

La Commissione valuterà inoltre la [direttiva sui servizi di media audiovisivi](#), che comprende norme volte a proteggere i minori contro contenuti nocivi, anche online, vietare la discriminazione, fissare norme qualitative e quantitative in materia di contenuti per le comunicazioni commerciali audiovisive al fine di proteggere i consumatori, compresi i minori, e promuovere l'accessibilità da parte delle persone con disabilità.

I sistemi di **frode online** sono tra i reati online in più rapida crescita e stanno causando danni significativi ai consumatori¹³. La Commissione ha proposto di [rivedere la direttiva sui servizi di pagamento](#) al fine di rafforzare la protezione dei consumatori, anche estendendo le norme in materia di prevenzione delle frodi ai prestatori di servizi di pagamento e i diritti di rimborso dei consumatori che cadono vittima di frodi nei pagamenti. Al fine di rafforzare ulteriormente la capacità di contrastare le frodi online nell'UE, la Commissione pubblicherà un **piano d'azione sulle frodi online**. I suoi obiettivi comprenderanno il potenziamento delle misure di prevenzione, l'aumento dell'efficacia dell'azione di contrasto e il rafforzamento del sostegno alle vittime di frodi nel recupero dei loro fondi. La Commissione continuerà inoltre a basarsi sul regolamento sui servizi digitali nelle sue attività di applicazione delle norme al fine di contrastare le frodi online e le truffe finanziarie, garantendo che le piattaforme online e i motori di ricerca proteggano i consumatori da pratiche ingannevoli. Anche il *dropshipping*¹⁴ costituisce una pratica problematica per i consumatori. Dai risultati dell'indagine condotta presso i consumatori per il controllo dell'adeguatezza dell'equità digitale è emersa la necessità di esaminare la possibilità di aumentare la trasparenza sull'uso di tale modello commerciale¹⁵.

Online i consumatori si trovano di fronte a ripetute richieste di consenso e a banner in materia di cookie non trasparenti, che complicano la comprensione delle modalità di utilizzo dei loro dati e li privano di fatto di una scelta realmente informata. Con la **proposta "Omnibus digitale"**, la Commissione intende riformare le norme in materia di cookie,

¹² Al fine di aiutare le piattaforme online ad attuare una protezione adeguata dei minori, la Commissione sta lavorando a una soluzione software di verifica dell'età solida e armonizzata a livello di UE, che sia rispettosa della vita privata e di facile utilizzo, basata sulla tecnologia del portafoglio europeo di identità digitale.

¹³ [Indagine 2024 sulle condizioni relative ai consumatori](#): quasi il 45 % dei consumatori ha riferito di aver subito truffe online.

¹⁴ Il *dropshipping* consiste nella vendita di prodotti senza che il venditore li detenga a magazzino. Quando un consumatore ordina un prodotto, il venditore inoltra l'ordine direttamente al fornitore (venditore all'ingrosso o produttore), il quale successivamente fornisce la logistica (consegna diretta al consumatore) e la gestione degli eventuali resi, senza che sia necessario il coinvolgimento del venditore.

¹⁵ Il 72 % degli intervistati ritiene che l'assenza di trasparenza in merito al *dropshipping* sia problematica.

preservando nel contempo lo stesso livello di protezione dei dati, in quanto il sistema attuale è svantaggioso tanto per i consumatori quanto per le imprese.

La **digitalizzazione dei servizi finanziari** offre ai consumatori soluzioni di gestione finanziaria convenienti ed efficaci sotto il profilo dei costi, aumenta la scelta di servizi finanziari e rafforza l'innovazione. Tuttavia la digitalizzazione crea altresì notevoli difficoltà e rischi. Ad esempio il passaggio ai servizi digitali e la chiusura delle filiali fisiche delle banche creano il rischio di discriminazione nei confronti dei consumatori che dipendono dal contante, hanno difficoltà a spostarsi autonomamente o facilmente verso la filiale più vicina, faticano a passare ai servizi digitali o non hanno accesso a internet. Nel 2023 la Commissione ha presentato diverse proposte volte a garantire che i pagamenti in contanti siano ampiamente accettati, a migliorare l'accesso da parte dei consumatori al contante e a promuovere l'inclusione finanziaria. Nel contesto dell'attuazione e dell'applicazione della nuova [direttiva sul credito ai consumatori](#), la Commissione intende valutare il modo in cui la digitalizzazione incide sul mercato dei servizi finanziari al dettaglio, prestando particolare attenzione al credito al consumo. Analizzerà l'emergere di operatori, prodotti e pratiche nuovi, nonché le sfide e le opportunità che i consumatori si trovano ad affrontare quando utilizzano servizi finanziari al dettaglio online.

In linea con la strategia per il mercato unico e con il [pacchetto di semplificazione Omnibus IV](#), la Commissione esaminerà inoltre in che modo le soluzioni digitali, ad esempio l'etichettatura digitale e gli strumenti digitali quali le applicazioni mobili e il [passaporto digitale dei prodotti](#), possano **migliorare l'accesso da parte dei consumatori alle informazioni sui prodotti e sui servizi, riducendo nel contempo gli oneri amministrativi per le imprese** e garantendo che tutte le informazioni essenziali, ad esempio quelle relative alla sicurezza dei prodotti, rimangano disponibili in forma fisica. La condivisione sicura ed efficiente delle informazioni sui prodotti tra imprese, fornitori, fabbricanti e autorità di regolamentazione potrebbe essere agevolata anche dai futuri **portafogli europei delle imprese**, che promuovono un mercato unico più integrato e trasparente.

Sebbene l'ambiente digitale offra vantaggi per la comunicazione in materia di **sicurezza dei prodotti**, presenta anche sfide specifiche. Tali rischi possono essere connessi alla vendita online di prodotti pericolosi o ai rischi per la salute e la sicurezza, compresi i rischi per la salute mentale, posti dai nuovi prodotti tecnologici. L'accessibilità delle informazioni può inoltre essere problematica per le persone con disabilità. La Commissione analizzerà le vulnerabilità specifiche dei consumatori negli ambienti online e l'impatto di tali vulnerabilità sulla sicurezza dei prodotti. Ciò comprenderà, ad esempio, l'analisi del modo in cui i consumatori reagiscono ad avvertenze e istruzioni specifiche nell'ambiente digitale e del modo in cui i nuovi rischi per la sicurezza incidono sui consumatori quando utilizzano diversi prodotti digitali, quali applicazioni o software.

Un'altra sfida fondamentale è rappresentata dal rapido sviluppo e dalla rapida diffusione dell'**IA nei mercati al consumo**. La tecnologia di IA può offrire vantaggi, quali una maggiore efficienza, una personalizzazione della consulenza e delle interazioni con i clienti, nonché risparmi sui costi, ma presenta anche rischi, tra cui la riduzione dell'interazione umana e problemi derivanti da guasti, distorsioni o imprecisioni del sistema. Il **regolamento sull'intelligenza artificiale** dell'UE ha istituito un quadro solido per garantire che i sistemi di IA sviluppati e utilizzati nell'UE siano affidabili e offrano

garanzie di protezione dei diritti fondamentali delle persone¹⁶. La Commissione collaborerà strettamente con gli Stati membri al fine di garantire l'attuazione e l'applicazione coerenti del regolamento sull'intelligenza artificiale e dei pertinenti atti legislativi in materia di protezione dei consumatori e sicurezza dei prodotti. L'elenco delle pratiche di IA vietate a norma del regolamento sull'intelligenza artificiale sarà riesaminato annualmente e aggiornato qualora siano individuati problemi nuovi. È fondamentale che il quadro di protezione dei consumatori tenga il passo con gli sviluppi tecnologici e che i consumatori dispongano di informazioni trasparenti quando interagiscono con l'IA (ad esempio quando utilizzano servizi di assistenza alla clientela basati sull'IA o chiedono informazioni e consulenza ad assistenti virtuali), in modo da essere pienamente consapevoli della natura dell'interazione e dei rischi possibili¹⁷.

Azioni

- Proporre un **atto legislativo sull'equità digitale** al fine di contrastare le tecniche e le pratiche commerciali sleali nei confronti dei consumatori, compresi in particolare i minori, e garantire parità di condizioni per gli operatori commerciali nell'ambiente digitale (proposta legislativa - quarto trimestre 2026);
- rafforzare la protezione dei consumatori contro le **frodi online**, in particolare sostenendo misure di prevenzione online e rafforzando il sostegno alle vittime di frodi nel recupero dei loro fondi (2026);
- promuovere un uso equo e trasparente dell'**IA nei mercati al consumo**, in particolare attraverso l'applicazione del regolamento sull'IA e della pertinente legislazione in materia di protezione dei consumatori e sicurezza dei prodotti (in corso).

3. CONSUMO SOSTENIBILE

I cambiamenti climatici, il degrado ambientale e la transizione pulita rimangono alcune delle principali sfide cui devono far fronte i consumatori e la società nel suo complesso. I consumatori sono sempre più consapevoli e interessati agli impatti ambientali e sociali delle loro decisioni di acquisto e agiscono quindi da fattori trainanti della crescita sostenibile, in quanto la loro domanda di prodotti responsabili crea mercati guida per prodotti verdi e socialmente responsabili. Beni e servizi sostenibili disponibili e a prezzi accessibili sono fondamentali non soltanto per il benessere dei consumatori e la protezione dell'ambiente, ma anche per la competitività a lungo termine e la sovranità strategica dell'Europa, in quanto riducono la dipendenza da importazioni non sostenibili e contribuiscono a costruire catene del valore resilienti. Scegliere di acquistare prodotti e servizi sostenibili non significa necessariamente pagare di più: le opzioni sostenibili durano più a lungo, devono essere sostituite meno spesso e sono meno costose da gestire.

¹⁶ Ad esempio, il regolamento sull'intelligenza artificiale vieta determinate pratiche ad alto rischio che potrebbero danneggiare i consumatori, quali il ricorso a sistemi di IA per il punteggio sociale, la manipolazione dannosa e l'inganno. Stabilisce inoltre obblighi di trasparenza, quali una chiara etichettatura dei contenuti generati dall'IA.

¹⁷ Le incertezze giuridiche, ad esempio per quanto riguarda gli effetti indesiderati dei contratti conclusi con l'IA e il controllo limitato sulle azioni di un assistente digitale, possono ostacolare la diffusione di modelli commerciali innovativi a scapito dei consumatori europei. La Commissione ha contribuito allo sviluppo della legge modello delle Nazioni Unite del 2024 sugli appalti automatizzati, che mostra come risolvere tali incertezze.

La maggior parte dei consumatori europei è disposta a compiere scelte sostenibili¹⁸, ma spesso la selezione di opzioni realmente sostenibili è ostacolata da fattori tra cui il prezzo, una scelta limitata, l'etichettatura poco chiara e inaccessibile e la sfiducia nei confronti delle asserzioni ambientali¹⁹. La diffusa disponibilità di prodotti a basso costo e di bassa qualità incoraggia il consumo eccessivo in settori quali la moda rapida e l'elettronica, compromettendo la sostenibilità ed erodendo la competitività e la base industriale dell'Europa. L'impennata degli acquisti online determina un aumento dei tassi di resi, delle emissioni dei trasporti e dei rifiuti.

Al fine di rendere i prodotti sostenibili la norma, il nuovo [regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili](#) mira a migliorare la durabilità, la riparabilità e ad alleggerire l'impatto ambientale di un'ampia gamma di prodotti, quali prodotti tessili, mobili e dispositivi elettronici. Ad esempio, introdurrà requisiti in materia di smontaggio dei prodotti, disponibilità di pezzi di ricambio e aggiornamenti del software²⁰. La nuova [direttiva recante norme comuni che promuovono la riparazione dei beni](#) ("diritto alla riparazione") impone ai fabbricanti di offrire servizi di riparazione per i prodotti soggetti a obblighi di riparabilità obbligatori per legge e prevede la creazione di una **piattaforma online europea per la riparazione**. La [direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde](#) prevede un avviso armonizzato sulla garanzia legale di conformità e un'etichetta armonizzata per la garanzia commerciale di durabilità. Adottata nel 2025, la Commissione si concentrerà sulla promozione del loro uso corretto e della loro visibilità in tutto il mercato unico, aiutando i consumatori a comprendere meglio i loro diritti e a compiere scelte più informate e orientate alla durabilità. Il **passaporto digitale dei prodotti** e il **marchio di sostenibilità**²¹ integreranno le norme e le informazioni sui prodotti. La Commissione prevede di migliorare le etichette energetiche, consentendo in tal modo ai consumatori di confrontare meglio l'efficienza delle tecnologie di riscaldamento e raffrescamento.

Sono stati adottati atti legislativi nuovi volti ad aumentare la fiducia dei consumatori nelle asserzioni ambientali e nei marchi di sostenibilità. La nuova direttiva sulla **responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde** affronta il greenwashing e l'obsolescenza precoce. La Commissione collaborerà strettamente con gli Stati membri e le imprese al fine di garantirne un'attuazione efficace e continuerà a adoperarsi per promuovere la consapevolezza dei consumatori e l'adozione del marchio [Ecolabel UE](#) da parte dell'industria.

Inoltre l'imminente proposta di **atto legislativo sull'economia circolare** contribuirà a creare una domanda di mercato di materie prime secondarie e ad aumentare l'offerta di materiali riciclati di qualità elevata. A integrazione di tale quadro legislativo, la Commissione collaborerà con i portatori di interessi al fine di promuovere modelli di prodotto come servizio (*product-as-a-service*) e start-up circolari innovative attraverso

¹⁸ [Eurobarometro 2022 \(SP527\)](#): Il 77 % degli europei sente di dover assumere la responsabilità di agire per limitare i cambiamenti climatici.

¹⁹ [Indagine 2024 sulle condizioni relative ai consumatori](#): il 67 % dei consumatori dell'UE ha affermato che il costo dei prodotti sostenibili li ha scoraggiati dall'acquistarli. Il 62 % ha riferito confusione in merito all'individuazione di opzioni sostenibili e sfiducia nelle informazioni ambientali. Da una [indagine a tappeto della rete CPC del 2025](#) è emerso che gran parte delle dichiarazioni ambientali dei professionisti online che si occupano di prodotti di seconda mano era potenzialmente fuorviante.

²⁰ Cfr. [piano di lavoro 2025-2030 per la progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili e l'etichettatura energetica](#).

²¹ Come previsto dal regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili e da altre normative pertinenti dell'UE che comprendono le autovetture, i prodotti tessili e la cernita dei rifiuti.

orientamenti e campagne di sensibilizzazione. Sulla base dello studio esistente della Commissione nell'ambito del [regolamento relativo alla sicurezza generale dei prodotti](#), ulteriori lavori riguarderanno: i) gli ostacoli sociali e comportamentali alla fiducia dei consumatori nei confronti delle opzioni circolari; e ii) le sfide in materia di sicurezza relative ai prodotti di seconda mano, riparati, ricondizionati e rifabbricati. L'impegno a favore del consumo sostenibile sarà pertanto gradualmente eliminato, aprendo la strada a un approccio nuovo al dialogo con le imprese. La Commissione sosterrà inoltre l'espansione di biosoluzioni sostenibili, laddove le stesse forniscano prodotti e materiali durevoli e rafforzino la competitività e le catene del valore europee.

Garantire la sicurezza e la sostenibilità dei prodotti richiede inoltre interventi volti a ridurre l'esposizione dei consumatori a sostanze chimiche che destano preoccupazione. Nel contesto del [piano d'azione per l'industria chimica europea](#), la Commissione valuterà la possibilità di vietare le PFAS (sostanze perfluoroalchiliche e polifluoroalchiliche) negli usi di consumo quali i cosmetici, i materiali a contatto con gli alimenti e gli articoli di abbigliamento da esterno. Inoltre, nel contesto del nuovo [regolamento quadro sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio](#), l'UE eliminerà gradualmente le sostanze pericolose come le PFAS negli imballaggi. Stabilirà inoltre norme armonizzate per la cernita dei rifiuti di imballaggio da parte dei consumatori e per la fornitura di informazioni attraverso tecnologie digitali.

Sulla base della [comunicazione su un pacchetto completo di strumenti per un commercio elettronico sicuro e sostenibile](#), la Commissione valuterà la necessità di una **raccomandazione sulle caratteristiche "verdi fin dalla progettazione" nel commercio elettronico** al fine di affrontare ulteriormente l'impatto ambientale di questo settore. Ciò riguarderebbe aspetti quali la disponibilità di filtri di sostenibilità, opzioni di consegna più verdi e politiche sostenibili in materia di gestione dei resi. Può inoltre includere carte volontarie dell'ambiente, in base alle quali le imprese si impegnano a conseguire obiettivi specifici in materia di sostenibilità. Lo sviluppo e l'uso di **strumenti digitali** privati saranno incoraggiati al fine di aiutare i consumatori a compiere scelte informate e sostenibili. In tale contesto possono figurare marchi di qualità ecologica interattivi che spieghino l'ambito di applicazione delle certificazioni e dei confronti delle caratteristiche di sostenibilità dei prodotti e che potrebbero essere potenzialmente integrati nel passaporto digitale dei prodotti.

I trasporti costituiscono il terzo settore di spesa maggiore per le famiglie europee²². La transizione verso modi di mobilità sostenibili, tra cui le auto elettriche, i trasporti pubblici e le biciclette, può consentire ai consumatori di risparmiare ingenti somme di denaro e aumentare l'equità sociale, contribuendo nel contempo all'obiettivo della decarbonizzazione²³, in linea con la [raccomandazione sulla povertà dei trasporti](#) e con il [piano d'azione per il settore automobilistico](#). Al fine di rendere tale passaggio economicamente accessibile, la Commissione sta promuovendo la transizione verso veicoli a emissioni zero nell'ambito del presente piano d'azione e della prevista revisione della **direttiva sull'etichettatura delle autovetture**. A ciò si aggiunge la spinta a favore delle autovetture elettriche di piccole dimensioni nell'ambito di una nuova **iniziativa su auto di piccole dimensioni a prezzi contenuti**, che sarà sviluppata in collaborazione con

²² <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230104-1>.

²³ Il modello dell'impronta dei consumi ha affrontato la differenza in termini di impatti ambientali tra il conseguimento degli obiettivi della strategia per una mobilità sostenibile e intelligente (ossia l'espansione delle auto elettriche) rispetto alle auto a carburante convenzionale entro il 2030. Pasqualino *et al.*, *Consumption Footprint and Domestic Footprint Outlook Report 2025*, JRC139655.

l'industria. Tali azioni saranno integrate da quelle degli Stati membri nei loro piani nazionali nell'ambito del **Fondo sociale per il clima**. Le spese connesse all'energia rimangono notevolmente al di sopra dei livelli pre-COVID, il che è particolarmente problematico per gli oltre 46 milioni di europei in condizioni di povertà energetica. La Commissione adotterà un **pacchetto sull'energia dei cittadini** che mirerà ad affrontare la povertà energetica, semplificare i mercati dell'energia e rafforzare la partecipazione dei cittadini al fine di garantire una transizione energetica giusta, a prezzi accessibili e inclusiva per tutti.

La crisi degli alloggi è una crisi sociale e in termini di competitività. Colpisce in modo sproporzionato i giovani e i più vulnerabili della nostra società, ma sempre più anche i lavoratori a reddito medio-basso e le loro famiglie. La Commissione presenterà un **piano europeo per gli alloggi a prezzi accessibili** che definirà una visione europea per rendere gli alloggi più accessibili e più sostenibili. Il [nuovo Bauhaus europeo](#) svolgerà un ruolo importante nel contesto di tale piano. In tale contesto, la Commissione sosterrà inoltre gli Stati membri nell'aumento degli investimenti della politica di coesione per il periodo 2021-2027 nella costruzione e nella ristrutturazione del parco immobiliare, al fine di rispondere alle esigenze dei consumatori, abbassare le bollette energetiche, ridurre la povertà energetica e altri costi relativi agli alloggi, quali l'acqua.

Le famiglie dell'UE spendono in media il 13 % del loro reddito per prodotti alimentari, mentre il quinto più povero spende fino al 21 %, rispetto ad appena il 9 % del quinto più ricco. Il **Fondo sociale europeo Plus** sostiene gli Stati membri nel fornire assistenza agli indigenti. La Commissione condurrà inoltre uno studio sull'accessibilità economica dei prodotti alimentari nell'UE per comprendere e affrontare meglio l'impatto dell'aumento dei prezzi dei prodotti alimentari nell'UE, compreso il loro impatto su alimenti sani e nutrienti.

La salute pubblica è inoltre alla base del lavoro della Commissione volto a **ridurre i danni connessi al consumo di tabacco**. La Commissione sta attualmente conducendo una valutazione globale delle norme sui prodotti del tabacco e sulla pubblicità del tabacco.

Tali misure in materia di salute pubblica ed equità sociale procedono di pari passo con gli sforzi più ampi dell'UE volti a costruire sistemi alimentari sostenibili, a consentire ai consumatori di compiere scelte alimentari sostenibili e a incoraggiare un uso responsabile dell'acqua, come indicato nella [visione per l'alimentazione e l'agricoltura](#), nel [patto europeo per gli oceani](#) e nella [strategia sulla resilienza idrica](#) di recente adozione. La [direttiva quadro sui rifiuti](#) riveduta ha fissato **obiettivi di riduzione dei rifiuti alimentari** e ha introdotto la "responsabilità estesa del produttore" per i prodotti tessili. Le organizzazioni per l'adempimento della responsabilità del produttore forniranno informazioni sulle opzioni di seconda mano, sul riutilizzo e sulla gestione della fine del ciclo di vita dei prodotti tessili e delle calzature, nonché sull'organizzazione di programmi di istruzione, campagne di sensibilizzazione e attività di coinvolgimento della collettività.

Azioni

- Sostenere gli Stati membri nell'**attuazione** della direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde, del regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili e della direttiva recante norme comuni che promuovono la riparazione dei beni:

- promuovendo l'**avviso armonizzato** sulla garanzia legale di conformità e un'**etichetta armonizzata** per la garanzia commerciale di durabilità (terzo trimestre 2026); e
- rendendo operativa una **piattaforma online europea per la riparazione** (entro il 2028);
- sostenere l'**economia circolare**, in particolare attraverso lo scambio di buone pratiche con i portatori di interessi al fine di promuovere i resi da parte dei consumatori di beni non più utilizzati, i mercati dell'usato, i modelli di business del prodotto come servizio e le start-up circolari innovative (2027);
- valutare la necessità di una raccomandazione **sulla promozione di caratteristiche "verdi fin dalla progettazione" nel commercio elettronico** e incoraggiare lo sviluppo di strumenti digitali e il loro utilizzo (2027).

4. APPLICAZIONE EFFICACE E MEZZI DI RICORSO EFFICACI

Il quadro dell'UE per la protezione dei consumatori può essere veramente efficace nel tutelare i consumatori e promuovere una concorrenza leale soltanto se è sostenuto da una forte applicazione delle norme a livello pubblico e privato e da meccanismi di ricorso efficaci per i consumatori i cui diritti sono stati violati. Sebbene la cooperazione transfrontaliera dell'UE in materia di applicazione delle norme da parte delle autorità pubbliche abbia ottenuto notevoli successi negli ultimi anni, i meccanismi per attuare tale applicazione devono essere ulteriormente rafforzati al fine di essere in grado di affrontare le nuove sfide in modo efficiente ed efficace. In particolare, i tassi di conformità rimangono estremamente bassi nei mercati digitali e dalle indagini a tappeto è emerso che, in media, un operatore su due viola la legislazione in materia di tutela dei consumatori. La situazione è stata aggravata dalla crescita esponenziale del commercio elettronico, che ha portato alla crescente circolazione di prodotti non sicuri, contraffatti o altrimenti non conformi, provenienti per lo più da paesi terzi²⁴ e spesso commercializzati mediante tecniche ingannevoli. Ciò mette in pericolo i consumatori ed espone le imprese europee conformi alla concorrenza sleale attuata dagli operatori non conformi.

Al fine di rispondere a tali sfide, la Commissione ha presentato una serie di azioni nella propria comunicazione su un pacchetto completo di strumenti dell'UE per un commercio elettronico sicuro e sostenibile, tra qui figurano la riforma doganale, il rafforzamento dell'applicazione della pertinente legislazione dell'UE e il miglioramento del coordinamento tra tutte le autorità pertinenti. Le azioni previste comprendono altresì il sostegno a favore di campagne di sensibilizzazione rivolte ai consumatori e ai venditori terzi e il proseguimento della cooperazione bilaterale con i paesi di provenienza delle merci importate.

Costituisce una priorità importante sostenere le autorità nazionali per la tutela dei consumatori nell'adozione di azioni coordinate per far rispettare il diritto in materia di protezione dei consumatori a norma del **regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori ("regolamento CPC")**, anche al fine di affrontare le violazioni nel settore del commercio elettronico. L'azione coordinata della rete CPC ha prodotto risultati

²⁴ Il numero di prodotti pericolosi notificati nel sistema di allarme rapido Safety Gate dell'UE è aumentato del 52 % dal 2019, con una tendenza all'accelerazione (+ 61 %) nel 2024. Fino al 75 % dei prodotti pericolosi proviene da paesi terzi e circa il 50 % di tali segnalazioni riguarda prodotti pericolosi provenienti dalla Cina.

positivi, ma le carenze del sistema attuale ostacolano un'applicazione più efficace. Ad esempio, la lunghezza delle procedure, la mancanza di risorse a livello nazionale, l'assenza di misure deterrenti più rigorose, quali la capacità di imporre sanzioni pecuniarie, e le difficoltà nel far fronte alle violazioni commesse da operatori aventi sede al di fuori dell'UE riducono l'efficienza e l'effetto deterrente delle azioni della rete CPC²⁵. Al fine di rafforzare l'applicazione delle norme e garantire parità di condizioni per le imprese che tutelino gli operatori conformi e proteggano i consumatori dai partecipanti al mercato che non rispettano le norme, **la Commissione proporrà una revisione del regolamento CPC**. Nel preparare la revisione, la Commissione valuterà la necessità di disporre di autorità d'indagine e di controllo a livello di UE in casi specifici e le modalità per rafforzare ulteriormente il coordinamento tra le autorità nazionali.

Come sottolineato nella comunicazione sul commercio elettronico, un'attuazione e un'applicazione efficaci del nuovo **regolamento relativo alla sicurezza generale dei prodotti** sono essenziali al fine di proteggere i consumatori dell'UE contro prodotti pericolosi e garantire parità di condizioni per le imprese. La Commissione ha già avviato i nuovi meccanismi di vigilanza del mercato previsti dal regolamento, come i controlli simultanei sui siti web al fine di individuare le violazioni del diritto dell'UE ("indagini a tappeto"), che sono effettuati dalle autorità nazionali di vigilanza del mercato e coordinati dalla Commissione. La prima indagine a tappeto sulla sicurezza dei prodotti a livello di UE, incentrata sui prodotti per l'infanzia venduti online, si è svolta nell'aprile e nel maggio 2025²⁶. Sulla base di questa esperienza, la Commissione continuerà a collaborare con la rete per la sicurezza dei consumatori per mettere in comune le risorse, scambiare intelligence e dare priorità alle azioni di vigilanza al fine di individuare efficacemente i prodotti più dannosi. Cercherà inoltre di rafforzare le capacità di sostenere l'attuazione delle norme in materia di sicurezza dei prodotti attraverso il finanziamento di **attività coordinate sulla sicurezza dei prodotti (CASP)** e la promozione di strumenti che assistano i consumatori e le imprese nella segnalazione di questioni relative alla sicurezza dei prodotti, a incidenti e a prodotti pericolosi. Tra tali strumenti figurano il **Consumer Safety Gateway** e il **Safety Business Gateway**. Aggiornamenti periodici del **portale Safety Gate** garantiranno che le imprese e i consumatori abbiano accesso a tutte le informazioni pertinenti sulle norme in materia di sicurezza dei prodotti. La Commissione sta fornendo inoltre **orientamenti specifici per gli operatori economici**²⁷ su come adempiere i loro obblighi a norma del regolamento relativo alla sicurezza generale dei prodotti, prestando particolare attenzione alle esigenze degli operatori che si qualificano come piccole e medie imprese, comprese le microimprese.

Tali sforzi integreranno l'imminente **atto legislativo europeo sui prodotti**, rafforzando i legami tra i controlli di valutazione della conformità e la vigilanza del mercato ed eventualmente la normazione. A tal fine, la Commissione esaminerà anche in che modo **l'inclusività nella progettazione dei prodotti** possa contribuire a prevenire i rischi per la sicurezza e sosterrà il lavoro di **normazione** per tradurre i requisiti giuridici in materia di sicurezza in strumenti pratici per l'applicazione delle norme e la protezione dei

²⁵ Cfr.: [relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'applicazione del regolamento \(UE\) 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori](#).

²⁶ La metà degli elenchi dei prodotti non conteneva le informazioni richieste sul fabbricante del prodotto.

²⁷ Comunicazione della Commissione, Orientamenti sull'applicazione del quadro legislativo dell'Unione in materia di sicurezza generale dei prodotti da parte delle imprese (C(2025) 7699); e comunicazione della Commissione, Orientamenti per l'attuazione pratica del Safety Business Gateway ai sensi dell'articolo 27, paragrafo 2, del regolamento (UE) 2023/988 (C(2025) 7701).

consumatori²⁸. L'atto legislativo europeo sui prodotti rafforzerà le norme per l'immissione sul mercato dei prodotti di consumo e aggiornerà le **norme sulla vigilanza del mercato e sulla conformità dei prodotti**. Tale revisione offrirà inoltre l'opportunità di valutare la necessità di ulteriori azioni per rendere più efficiente l'applicazione delle norme in materia di sicurezza dei prodotti, in particolare per quanto riguarda le importazioni da paesi terzi, anche attraverso il commercio elettronico.

L'attuazione e l'applicazione efficaci del **regolamento relativo alla sicurezza generale dei prodotti** dovrebbero inoltre apportare benefici alle imprese e alle autorità nazionali. Una maggiore certezza del diritto e la semplificazione nell'attuazione dei requisiti relativi alla sicurezza generale dei prodotti ridurranno i costi di conformità per le imprese. Un regime armonizzato di vigilanza del mercato per tutti i prodotti, razionalizzato in linea con il [regolamento sulla vigilanza del mercato](#), può altresì creare sinergie per le autorità nazionali di vigilanza del mercato. Un maggiore utilizzo di strumenti informatici e il rafforzamento dell'interoperabilità dei dati tanto per la rendicontazione quanto per la vigilanza del mercato ridurranno l'onere per le autorità e le imprese e consentiranno alle autorità di contrasto di svolgere i loro compiti in modo più efficace. Nel 2026 la Commissione valuterà l'attuazione pratica del regolamento relativo alla sicurezza generale dei prodotti insieme alle imprese al fine di esaminare in che modo applicano il regolamento e se sia necessario aiutarle ad essere facilmente conformi.

Un coordinamento e una cooperazione più stretti tra le autorità di contrasto di diversi settori stanno diventando sempre più importanti in quanto le pratiche illegali delle imprese rientrano sempre più nell'ambito di applicazione di molteplici normative e sistemi di applicazione dell'UE. Attualmente tale cooperazione spazia dagli accordi scritti alle task force e ad altri progetti comuni. La Commissione promuoverà ulteriormente la **cooperazione tra gli organismi e le reti di contrasto a livello di UE** al fine di garantire l'efficacia, l'efficienza e la coerenza tra i diversi flussi di contrasto. Ad esempio, l'applicazione del diritto in materia di protezione dei consumatori integra l'applicazione dei regolamenti digitali, come dimostrato dalle attività CPC coordinate nel periodo 2024-2025 e dalle indagini parallele ai sensi del regolamento sui servizi digitali e del regolamento sui mercati digitali sulle pratiche delle principali piattaforme online.

Anche i dati e le tecnologie digitali, compresi gli **strumenti di IA**, stanno diventando sempre più importanti al fine di analizzare la conformità delle imprese e garantire un'applicazione efficace. Sono già utilizzati dalle autorità di contrasto per gli acquisti in incognito (*mystery shopping*), la vigilanza del mercato per la sicurezza dei prodotti, l'individuazione di frodi, il monitoraggio dei prezzi e l'individuazione di clausole contrattuali abusive e recensioni false. Ad esempio, l'**EU eLab** sostiene la rete CPC con le sue indagini e le indagini a tappeto periodiche sul sito web, mentre il **web crawler eSurveillance** rileva i prodotti non sicuri che sono stati notificati tramite Safety Gate ma che sono ancora in vendita o ricompaiono in negozi online e mercati online. Il **Passenger Rights AI Watch Tool**, web crawler analogo per il monitoraggio tramite l'IA dei diritti dei passeggeri, è in fase di sviluppo per gli organismi nazionali di contrasto ai fini del monitoraggio da loro svolto dei diritti dei passeggeri e sarà disponibile nel 2026. La Commissione si sta inoltre adoperando per migliorare l'interoperabilità dei dati sui prodotti esistenti per la vigilanza del mercato e sosterrà le autorità di protezione dei

²⁸ In particolare, l'inclusività richiede di prendere sistematicamente in considerazione un'ampia serie di dati antropometrici che rappresentino la diversità dei consumatori, nonché i fattori che incidono sulla vita dei consumatori in una posizione vulnerabile, anche nelle pertinenti norme europee, oltre a richiedere di attuare soluzioni accessibili da parte delle persone con disabilità.

consumatori e di vigilanza del mercato nell'uso strategico degli strumenti di IA nelle loro attività di applicazione delle norme, anche cercando sinergie tra gli strumenti sviluppati a livello nazionale e quelli sviluppati a livello di UE e formando il personale preposto all'applicazione delle norme.

Tuttavia l'attività di contrasto costituisce soltanto una faccia della medaglia. Affinché le norme siano rispettate nella pratica, i consumatori devono essere consapevoli dei loro diritti e le imprese dei loro obblighi. Campagne di **sensibilizzazione e di istruzione** mirate, strumenti quali il [Consumer Education Hub](#) e [GreenComp](#) (il quadro europeo delle competenze in materia di sostenibilità), la promozione di un consumo sostenibile attraverso l'istruzione scolastica, programmi di **formazione** quali [Consumer Law Ready](#), e le iniziative di **cooperazione volontaria**, quali l'[impegno per la tutela dei consumatori](#), rimarranno un'integrazione importante dell'azione di contrasto. La Commissione continuerà inoltre a incoraggiare le imprese ad assumere impegni volontari a favore dell'eccellenza e dell'innovazione per un livello elevato di sicurezza dei consumatori, in particolare attraverso il [premio biennale dell'UE per la sicurezza dei prodotti](#).

Anche in presenza di una maggiore consapevolezza e di un'applicazione più rigorosa delle norme, sorgeranno inevitabilmente controversie. Di conseguenza gli interventi si concentreranno anche sulla garanzia di mezzi di ricorso efficaci attraverso l'attuazione della [direttiva sulla risoluzione alternativa delle controversie](#) riveduta, della [direttiva sulle azioni rappresentative](#) e, per i casi in cui le persone fisiche abbiano effettivamente subito danni a causa di un prodotto difettoso, della [direttiva sulla responsabilità per danno da prodotti difettosi](#) riveduta. In particolare, la Commissione continuerà a sostenere le associazioni dei consumatori, i membri della magistratura e i punti di contatto nazionali nella gestione efficace delle azioni rappresentative ai sensi della direttiva sulle azioni rappresentative. Tale sostegno sarà fornito, ad esempio, attraverso sovvenzioni per azioni finanziate dall'UE, seminari e il polo di conoscenze interattivo sulla piattaforma [EC-REACT](#). La Commissione seguirà inoltre da vicino l'attuazione delle disposizioni specifiche della direttiva sulle azioni rappresentative che disciplinano il finanziamento da parte di terzi. Come previsto dalla direttiva, la Commissione valuterà, entro il 2028, l'eventuale necessità di un Mediatore europeo per le azioni rappresentative transfrontaliere. A ciò farà seguito una valutazione formale del funzionamento della direttiva.

Quando i consumatori incontrano problemi nelle operazioni transfrontaliere, possono altresì rivolgersi alla rete dei **centri europei dei consumatori (ECC-Net)** per ottenere consulenza e assistenza legale gratuite²⁹. La Commissione continuerà a sostenere fermamente la rete ECC-Net al fine di aiutare i centri europei dei consumatori a consolidare ulteriormente la loro capacità di fornire consulenza e assistenza ai consumatori.

Tali misure saranno integrate da un'azione a livello internazionale. In tutti i nuovi accordi commerciali bilaterali l'UE continuerà a cercare di garantire la presenza di disposizioni in materia di sicurezza dei prodotti e di cooperazione in relazione alla vigilanza del mercato, nonché impegni che rafforzino la fiducia dei consumatori nel commercio digitale, compresa una protezione efficace dei consumatori che partecipano al commercio elettronico. Una volta integrato nel quadro giuridico dell'OMC, l'**accordo multilaterale dell'OMC sul commercio elettronico** sarà il primo accordo commerciale che include tali impegni su scala mondiale.

²⁹ Nel 2024 i centri europei dei consumatori hanno recuperato oltre 7,5 milioni di EUR di rimborsi per i consumatori.

L'UE continuerà a cooperare e a scambiare regolarmente dati attraverso il **Safety Gate** con paesi terzi, quali la Cina. In linea con l'accordo sugli scambi commerciali e la cooperazione UE-Regno Unito, l'Unione collaborerà inoltre con il Regno Unito al fine di stabilire un accordo regolare per lo scambio di informazioni sui prodotti non alimentari pericolosi tra il Safety Gate e la banca dati equivalente del Regno Unito sulla sicurezza dei prodotti. L'UE continuerà inoltre a sostenere attività di sensibilizzazione e formazione rivolte a fabbricanti di paesi terzi e altri soggetti della catena di approvvigionamento, al fine di aiutarli a comprendere le norme del mercato unico in materia di protezione dei consumatori e di sicurezza dei prodotti. Ad esempio, un progetto dell'UE contribuirà a sostenere le politiche in materia di protezione dei consumatori e sicurezza dei prodotti nel mercato comune dell'Africa orientale e australe (COMESA). A livello multilaterale, a seguito dell'adozione dei **principi delle Nazioni Unite per la sicurezza dei prodotti di consumo**, la Commissione europea ne sosterrà l'attuazione fornendo assistenza all'Unctad nell'elaborazione di orientamenti e di un manuale sulla sicurezza dei prodotti di consumo e attraverso progetti di sviluppo delle capacità finanziati dall'UE, quali il programma per la concorrenza e la sicurezza dei prodotti di consumo nell'Africa subsahariana.

Azioni

- Proporre una revisione del **regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori** (proposta legislativa – quarto trimestre 2026);
- sostenere le azioni e le attività di contrasto coordinate della **rete CPC** al fine di affrontare le diffuse violazioni del diritto dell'UE in materia di protezione dei consumatori (in corso);
- adottare misure efficaci al fine di aumentare la conformità dei prodotti sfruttando le sinergie con le capacità delle **autorità doganali e di vigilanza del mercato nazionali e dell'UE** e potenzialmente istituendo un'autorità di vigilanza del mercato dell'UE (in corso);
- aggiornare le norme in materia di **vigilanza del mercato e conformità dei prodotti**, nell'ambito dell'**atto legislativo europeo sui prodotti**, al fine di migliorare ulteriormente l'efficienza dell'applicazione delle norme dell'UE in materia di sicurezza dei prodotti (proposta legislativa - terzo trimestre 2026), in particolare per quanto riguarda le importazioni da paesi terzi, anche attraverso il commercio elettronico;
- rafforzare l'attuazione della **direttiva sulle azioni rappresentative** sostenendo ulteriormente le associazioni dei consumatori, i membri della magistratura e le autorità nazionali (in corso);
- massimizzare l'uso dell'IA nelle attività di contrasto e di vigilanza del mercato, ad esempio nelle **indagini digitali di eLab** e nel contesto del **pacchetto di strumenti digitali per la vigilanza del mercato in materia di sicurezza dei prodotti** (entro il 2027);
- sostenere **attività di sensibilizzazione e formazione** rivolte ai fabbricanti di paesi terzi e ad altri soggetti della catena di approvvigionamento (in corso).

5. GOVERNANCE E COOPERAZIONE CON I PORTATORI DI INTERESSI

Al fine di conseguire i suoi obiettivi e affrontare eventuali questioni emergenti, il quadro di governance dell'agenda deve essere **inclusivo, trasparente e dinamico**.

La Commissione cercherà di avviare discussioni periodiche con il Parlamento europeo, il Consiglio, il Comitato economico e sociale europeo e il Comitato delle regioni in merito all'attuazione dell'agenda; discussioni che saranno gestite attraverso le piattaforme esistenti per l'interazione con i portatori di interessi. Tali piattaforme riuniscono funzionari di alto livello degli Stati membri (rete per la politica dei consumatori), autorità per la tutela dei consumatori (rete CPC), autorità competenti per la sicurezza dei prodotti (rete per la sicurezza dei consumatori), associazioni dei consumatori, in particolare l'Ufficio europeo delle unioni dei consumatori (BEUC) e altri rappresentanti della società civile, delle imprese e del mondo accademico (gruppo consultivo per la politica dei consumatori).

Il **vertice annuale dei consumatori** rimarrà l'occasione per discutere delle tendenze attuali e delle questioni emergenti con la più ampia gamma di portatori di interessi di tutta l'UE e del resto del mondo. Servirà inoltre a fare il punto sull'attuazione dell'agenda, compreso il piano d'azione per i consumatori nel mercato unico. Inoltre, al fine di esaminare i progressi compiuti e fornire orientamenti politici generali sull'attuazione dell'agenda e sui pertinenti sviluppi della politica dei consumatori, il commissario dell'UE responsabile per la protezione dei consumatori prevede di convocare periodicamente un **forum ministeriale sulla protezione dei consumatori**, eventualmente in concomitanza con il vertice dei consumatori.

Oltre al quadro istituzionale, una governance attiva richiede altresì che sia ascoltata la voce di tutti i consumatori, compresi quelli appartenenti a gruppi vulnerabili. La Commissione è impegnata a sostenere un forte movimento dei consumatori, a livello tanto di UE quanto nazionale, anche dal punto di vista finanziario. Ad esempio, la Commissione finanzia un seguito del programma di formazione **Consumer PRO** al fine di mettere ulteriormente i professionisti dei consumatori nella posizione di offrire una consulenza personalizzata ai consumatori. Come delineato nella [strategia dell'UE per la società civile](#), la Commissione proporrà misure volte ad aumentare ulteriormente il coinvolgimento e la partecipazione efficace delle organizzazioni della società civile, comprese le associazioni dei consumatori, ai processi di elaborazione delle politiche pubbliche, nonché misure volte a rafforzarne la protezione dei consumatori e il sostegno fornito loro. Svolgerà inoltre attività di sensibilizzazione mirate destinate a coinvolgere i giovani consumatori nella definizione della politica dei consumatori, organizzando un **dialogo con i giovani sulle iniziative politiche** in materia di politica dei consumatori.

La Commissione organizzerà inoltre scambi regolari con portatori di interessi del mondo imprenditoriale in merito alle questioni relative alla riduzione degli oneri e alla semplificazione nel settore della politica dei consumatori, compresi **dialoghi in materia di attuazione** con il commissario responsabile della protezione dei consumatori. L'obiettivo sarà garantire lo svolgimento di discussioni approfondite sulle sfide che le imprese si trovano ad affrontare e sulle possibili misure da adottare, nonché monitorare i progressi delle azioni di semplificazione e riduzione degli oneri della Commissione. Nel luglio 2025 si è tenuto un primo dialogo sull'attuazione della protezione dei consumatori nell'ambiente digitale.

I dati e le statistiche sui consumatori, quali il quadro di **valutazione biennale delle condizioni relative ai consumatori**, fungono da principali fonti di dati per un processo informato di elaborazione delle politiche. Sono inoltre utili per valutare l'impatto delle politiche europee e nazionali e per fare il punto sui progressi compiuti. La Commissione cercherà di ampliare la base di conoscenze comprovate e promuovere un migliore utilizzo dei dati e della ricerca.

Azioni

- Convocare periodicamente un **forum ministeriale sulla protezione dei consumatori**;
- organizzare un **dialogo con i giovani sulle iniziative politiche in materia di politica dei consumatori** (2026);
- tenere **dialoghi sull'attuazione** della revisione del regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori (2026) e del regolamento relativo alla sicurezza generale dei prodotti (2027).

6. CONCLUSIONI

L'Unione europea offre uno dei livelli più elevati di protezione dei consumatori al mondo. Tale solido quadro è essenziale ai fini del funzionamento efficace del mercato unico e rafforza la competitività delle imprese dell'UE. Fornendo garanzie e diritti giuridici completi, la politica dei consumatori dell'UE trasforma le iniziative dell'UE in benefici tangibili per tutti i cittadini e può fungere da pilastro della stabilità in tempi incerti.

L'agenda dei consumatori 2030 si fonda su questa solida base e propone una serie di azioni concrete volte a rafforzare ulteriormente la protezione dei consumatori e affrontare le questioni attuali ed emergenti. Queste azioni contribuiranno a creare la fiducia, le garanzie e la certezza del diritto di cui hanno bisogno tanto i consumatori quanto le imprese al fine di promuovere la concorrenza, l'innovazione, gli investimenti e la crescita sostenibile nell'UE.

La Commissione farà regolarmente il punto sui progressi compiuti nell'attuazione dell'agenda e monitorerà l'impatto delle azioni intraprese, in particolare attraverso l'indagine sulle condizioni relative ai consumatori. La Commissione attende con interesse di discutere l'approccio strategico, le priorità e le azioni delineate nella presente agenda con tutte le istituzioni e le parti interessate a livello nazionale e di UE e di collaborare con esse al fine di far progredire la protezione dei consumatori nei prossimi anni.