

Bruxelles, 21 novembre 2025
(OR. en)

15782/25

COMPET 1218
MI 940

NOTA

Origine: Segretariato generale del Consiglio
Destinatario: Comitato dei rappresentanti permanenti/Consiglio

Oggetto: *Preparazione del Consiglio "Competitività" (mercato interno, industria, ricerca e spazio) dell'8 dicembre 2025*
Commercio elettronico: sfide relative alla conformità dei prodotti e all'applicazione delle norme
- *Scambio di opinioni*

Si allega per le delegazioni una nota della presidenza dal titolo "Commercio elettronico: sfide relative alla conformità dei prodotti e all'applicazione delle norme" in vista di uno scambio di opinioni che si terrà nella sessione del Consiglio "Competitività" dell'8 dicembre 2025.

DOCUMENTO DI RIFLESSIONE**Sessione del Consiglio "Competitività"****Bruxelles, 8 dicembre 2025***Commercio elettronico: sfide relative alla conformità dei prodotti e all'applicazione delle norme*

Negli ultimi decenni, le abitudini dei consumatori e le pratiche commerciali a livello europeo e mondiale sono cambiate in modo significativo. Il settore del commercio elettronico ha registrato una notevole crescita, affermandosi come componente centrale dell'economia mondiale e trasformando radicalmente le modalità di acquisto e vendita dei beni all'interno dell'UE e nel resto del mondo. Nel 2022 sono stati importati nell'UE da paesi terzi 1,4 miliardi di pacchi di modesto valore (fino a 150 EUR), fino a raggiungere la cifra di 4,6 miliardi nel 2024¹. La rapida espansione del commercio elettronico ha fatto emergere diverse sfide normative che minacciano la coesione e il funzionamento del mercato unico. Una delle sfide principali riguarda la proliferazione di prodotti illegali e non conformi importati nell'UE da paesi terzi, nonché le possibilità e le condizioni, per le autorità competenti, con cui garantire l'applicazione delle norme nei diversi settori.

Grandi quantità di prodotti offerti sui mercati online, spediti direttamente da paesi terzi ai consumatori nell'UE, non assolvono alla legislazione e alle norme richieste². In assenza di obblighi vincolanti in materia di conformità dei prodotti, a cui sono soggetti gli importatori tradizionali, i mercati online fungono da punto di accesso per i venditori di paesi terzi che introducono a distanza i propri prodotti sul mercato unico.

¹ Strategia per il mercato unico: secondo i dati di sorveglianza dell'UE, nel 2024 sono stati importati nell'UE 4,6 miliardi di spedizioni di modesto valore (fino a 150 EUR). Si tratta di un numero pari a quasi il doppio rispetto a quello registrato nel 2023 (2,4 miliardi) e a più del triplo rispetto al 2022 (1,4 miliardi).

² Strategia per il mercato unico: tra i prodotti elencati su una nota piattaforma di commercio elettronico di grandi dimensioni durante un controllo da parte di un'organizzazione di consumatori, quasi tutti i prodotti sottoposti a prova in categorie quali caschi, cosmetici, giocattoli e gadget, candele e spugne, prodotti elettrici e connessi erano pericolosi, non fornivano le informazioni richieste, quali istruzioni di sicurezza o elenchi degli ingredienti, e/o contenevano dichiarazioni errate.

L'attuale sistema di applicazione delle norme non è in grado di gestire adeguatamente l'ingente volume di prodotti provenienti da paesi terzi³. Le importazioni del commercio elettronico stanno mettendo a dura prova le due linee di difesa dell'UE, ossia le autorità doganali e le autorità di vigilanza del mercato, le cui risorse sono già limitate. Le imprese europee conformi alle norme si ritrovano in una posizione di svantaggio concorrenziale, dovuta alla necessità di investire sempre più risorse per garantire la conformità alla pertinente legislazione dell'Unione. Inoltre, il volume in espansione di prodotti non sicuri o non conformi può comportare gravi rischi per la salute e la sicurezza dei consumatori e incide negativamente sull'ambiente e sulla competitività dell'UE.

Nell'ultimo decennio diverse normative correlate, in particolare il regolamento sui servizi digitali, il regolamento sulla vigilanza del mercato e il regolamento relativo alla sicurezza generale dei prodotti, sono state gradualmente integrate con misure volte ad affrontare le sfide del commercio elettronico. Tuttavia, le difficoltà relative al commercio elettronico persistono e le sfide si intensificano con l'aumento costante del numero di prodotti importati nell'Unione da paesi terzi.

Nel corso di quest'anno la Commissione ha affrontato a più riprese le crescenti sfide relative al commercio elettronico. A febbraio è stata presentata la comunicazione sul commercio elettronico, che costituisce un pacchetto completo di strumenti dell'UE per un commercio elettronico sicuro e sostenibile. La comunicazione delinea l'approccio adottato dalla Commissione per affrontare le sfide poste dal commercio elettronico, concentrandosi sulla necessità di un approccio olistico e ben coordinato da parte delle autorità di contrasto, nonché di una serie di modifiche strutturali alla legislazione vigente e di un'applicazione rigorosa della pertinente legislazione dell'UE a tutela dei consumatori online, compresa l'applicazione del regolamento sui servizi digitali.

³ Strategia per il mercato unico: il volume ingente di prodotti importati nel mercato europeo dall'esterno rende impossibile garantire la piena conformità attraverso i controlli doganali e di vigilanza del mercato. Secondo l'ultima relazione della DG TAXUD sulla conformità dei prodotti, su un milione di prodotti, solo 82 sono stati ispezionati, di cui 51 trattenuti dalle autorità doganali per motivi di sicurezza o conformità dei prodotti e solo 13 non autorizzati all'ingresso nell'UE (<https://op.europa.eu/it/publication-detail/-/publication/ea5db20e-840f-11f0-9af8-01aa75ed71a1>).

Successivamente è stata presentata la strategia per il mercato unico, che mette in luce le difficoltà relative al commercio elettronico, alle norme sui prodotti obsoleti e alla non conformità dei prodotti, considerate tra gli ostacoli più dannosi e persistenti per le imprese nell'UE. Per superare tali difficoltà, la Commissione ha individuato come possibile soluzione l'istituzione di una nuova autorità di vigilanza del mercato dell'UE, nonché la modernizzazione e la digitalizzazione del quadro normativo in materia di prodotti. Inoltre, la proposta di riforma doganale dell'UE, attualmente in fase di negoziazione con il Parlamento europeo e sulla quale è stato raggiunto un accordo provvisorio in sede di Consiglio, potrebbe portare a un accordo politico anche sull'eliminazione della soglia di esenzione di 150 EUR per i dazi doganali, con l'obiettivo di risolvere una serie di questioni relative ai prodotti illegali provenienti da paesi terzi. Oltre a ciò, la Commissione ha di recente avanzato l'idea di un regolamento europeo in materia di prodotti, che dovrebbe includere proposte di revisione del regolamento sulla vigilanza del mercato, del nuovo quadro normativo e del regolamento sulla normazione. Attraverso questa iniziativa, la Commissione mira ad affrontare le difficoltà relative al commercio elettronico e alla non conformità dei prodotti.

In quest'ottica, si chiede alle delegazioni di prendere in considerazione i seguenti quesiti per la discussione in sede di Consiglio "Competitività":

1. Quali misure supplementari dovrebbero essere adottate, a livello nazionale o di UE, nel settore del commercio elettronico per tutelare i consumatori, garantire condizioni di parità e rafforzare la competitività delle imprese europee?
2. Cosa si può fare per migliorare il coordinamento e rafforzare l'applicazione delle norme nell'ambito del quadro normativo vigente al fine di affrontare meglio le sfide poste dall'espansione del commercio elettronico? In che misura sono necessari nuovi interventi legislativi per superare le crescenti difficoltà relative al commercio elettronico, ad esempio l'attribuzione di una maggiore responsabilità ai mercati online per i prodotti venduti sulle rispettive piattaforme?