

Bruxelles, 4 febbraio 2026  
(OR. en)

5251/2/26  
REV 2

**LIMITE**

<b>CONSOM 4</b>	<b>CLIMA 14</b>
<b>COMPET 30</b>	<b>ENV 25</b>
<b>MI 19</b>	<b>DIGIT 9</b>
<b>IND 14</b>	<b>TELECOM 5</b>
<b>ENT 4</b>	<b>SAN 21</b>
<b>JUSTCIV 7</b>	<b>AUDIO 2</b>
<b>EF 10</b>	<b>CYBER 12</b>
<b>ECOFIN 27</b>	<b>CHIMIE 2</b>
<b>TRANS 5</b>	<b>RC 1</b>
<b>ENER 8</b>	

**NOTA**

---

Origine:	Segretariato generale del Consiglio
Destinatario:	Delegazioni
Oggetto:	Progetto di conclusioni del Consiglio sull'agenda dei consumatori 2030 e sul piano d'azione per i consumatori nel mercato unico - Seconda proposta di compromesso

---

A seguito delle discussioni svoltesi nella riunione del gruppo "Protezione e informazione dei consumatori" del 23 gennaio 2026, si allega per le delegazioni la seconda proposta di compromesso della presidenza.

**PROGETTO DI**

**conclusioni del Consiglio sull'agenda dei consumatori 2030 e sul piano d'azione per i consumatori nel mercato unico**

RICORDANDO

- le conclusioni del Consiglio adottate il 22 febbraio 2021<sup>1</sup> sulla nuova agenda dei consumatori<sup>2</sup> e
- le conclusioni del Consiglio europeo del 23 ottobre 2025<sup>3</sup>, in cui si rileva, tra l'altro, l'importanza di tutelare i minori;

PRENDENDO ATTO della relazione sul futuro del mercato unico presentata da Enrico Letta<sup>4</sup>, che sottolinea la necessità di rafforzare il mercato unico per sostenere la competitività e la resilienza, riconoscendo che la protezione dei consumatori e la competitività si rafforzano vicendevolmente e che la fiducia dei consumatori è alla base del corretto funzionamento del mercato unico, evidenziando anche la necessità di semplificazione e il fatto che il rafforzamento delle norme in materia di protezione dei consumatori è fondamentale per costruire un mercato unico che funzioni per tutti;

RICORDANDO le comunicazioni della Commissione sui temi seguenti:

"Bussola per la competitività dell'UE"<sup>5</sup>;

"Un pacchetto completo di strumenti dell'UE per un commercio elettronico sicuro e sostenibile"<sup>6</sup>;

"Mercato unico: il nostro mercato interno europeo in un mondo incerto"<sup>7</sup>;

---

1 GU 2021/C 154/05.

2 COM(2020) 696 final.

3 Doc. EUCO 18/25.

4 Enrico Letta: "[\*Much more than a market\*](#)" (Molto più che un mercato).

5 COM(2025) 30 final.

6 COM(2025) 37 final.

7 COM(2025) 500 final.

RICORDANDO la dichiarazione dello Jutland sulla costruzione di un mondo online sicuro per i minori;

EVIDENZIANDO gli attuali sviluppi geopolitici, in particolare le sfide connesse alla cooperazione internazionale per quanto riguarda gli operatori di paesi terzi e le catene di approvvigionamento globali, e il loro notevole impatto sui consumatori;

RICORDANDO i benefici che l'economia digitale ha apportato ai consumatori e la natura sempre più omnicanale delle relazioni tra imprese e consumatori, la rapida evoluzione e il crescente utilizzo di nuovi strumenti e tecnologie digitali, come l'intelligenza artificiale (IA) in tutti i settori;

SOTTOLINEANDO la necessità di garantire che il diritto UE dei consumatori continui a fornire un livello elevato di protezione e responsabilizzazione dei consumatori nell'ambiente digitale alla luce degli sviluppi tecnologici e della rapida evoluzione dei modelli di business e di consumo;

RICONOSCENDO la necessità di garantire un'efficace protezione dei consumatori, che sono esposti a pratiche dannose e a gravi rischi, in particolare nel mondo online, e SOTTOLINEANDO che occorre prestare particolare attenzione alla protezione dei consumatori vulnerabili, in particolare i minori;

RICONOSCENDO che, sebbene alcuni consumatori, come i minori, le persone con disabilità e gli anziani, siano considerati vulnerabili, la vulnerabilità dei consumatori ha anche natura dinamica e dipende dal contesto;

RICORDANDO la crescita esponenziale del commercio elettronico, che modifica profondamente il modo in cui i consumatori e le imprese interagiscono; EVIDENZIANDO l'impennata di prodotti di consumo non sicuri e altrimenti non conformi che circolano nel mercato unico, provenienti per lo più da paesi terzi e spesso commercializzati ricorrendo a tecniche ingannevoli e aggressive, in particolare attraverso piattaforme online;

RICONOSCENDO che ciò mette in pericolo i consumatori e l'ambiente aumenta il consumo di risorse ed espone le imprese europee conformi alla concorrenza sleale;

RIMARCANDO l'importanza di sfruttare appieno il potenziale degli strumenti digitali, quali i passaporti digitali dei prodotti e l'IA, per applicare le norme in materia di sicurezza dei prodotti e protezione dei consumatori, razionalizzare le procedure e ridurre gli oneri per le imprese e le autorità, affrontando nel contempo le disparità nelle capacità di applicazione tenendo conto della neutralità tecnologica;

SOTTOLINEANDO che il rafforzamento della protezione e dell'educazione dei consumatori e la promozione di condizioni di parità per le imprese dovrebbero contribuire al conseguimento dei principali obiettivi dell'UE: un mercato unico più integrato, che promuova una transizione equa verso un'economia verde e digitale e stimoli la competitività e la crescita economica con la coesione sociale;

EVIDENZIANDO che i consumi privati rappresentano oltre la metà del PIL dell'UE, per cui la spesa per i consumi diventa la sua componente principale; SOTTOLINEANDO che le decisioni di acquisto dei consumatori hanno un forte impatto sull'economia e sull'occupazione;

RIMARCANDO che la disponibilità e l'accessibilità economica di beni e servizi sostenibili sono fondamentali non solo per il benessere dei consumatori e la protezione dell'ambiente, ma anche per la competitività a lungo termine, l'autonomia strategica e una maggiore resilienza dell'Unione, e dovrebbero pertanto essere stimolate, in modo da contribuire a costruire catene del valore resilienti e sostenibili;

RIBADENDO la necessità di un approccio orizzontale alla politica sulla protezione dei consumatori, da integrare e prendere in considerazione nella definizione e attuazione di altre politiche dell'UE, alla luce delle disposizioni dei trattati in materia di protezione dei consumatori,

## IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA

1. ACCOGLIE CON FAVORE l'adozione, il 19 novembre 2025, della comunicazione della Commissione dal titolo "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""<sup>8</sup>, che presenta una visione per la politica dei consumatori dell'UE dal 2025 al 2030;
2. SOTTOLINEA l'importanza dei consumatori in quanto attori economici che, con le loro decisioni di consumo, promuovono la concorrenza, l'innovazione e il progresso sostenibile; RIMARCA l'importanza di un quadro solido ed equo per la protezione dei consumatori, compresa l'educazione dei consumatori, al fine di mantenere e aumentare la fiducia dei consumatori e sostenere decisioni di consumo informate, il che è essenziale per un'economia prospera; RICONOSCE inoltre la dimensione sociale, protettiva e stabilizzatrice intrinseca della politica dei consumatori;
3. SOSTIENE i quattro settori prioritari fondamentali dell'agenda dei consumatori 2030, vale a dire completamento del mercato unico: un piano d'azione per i consumatori, equità digitale e protezione dei consumatori online, consumo sostenibile e applicazione e mezzi di ricorso più efficaci nel quadro delle norme in materia di protezione dei consumatori e sicurezza dei prodotti; SOSTIENE le due priorità generali dell'agenda dei consumatori 2030, ossia la protezione dei consumatori in situazioni di vulnerabilità, la semplificazione e la riduzione degli oneri amministrativi, nonché le azioni di accompagnamento volte a garantire e rafforzare l'elevato livello di protezione dei consumatori nell'UE e a promuovere la competitività, l'equità sociale e la crescita sostenibile;

---

<sup>8</sup> COM(2025) 848 final.

4. RICONOSCE che nel mercato unico esistono ostacoli ingiustificati, quali difficoltà nell'acquisto di servizi di mobilità transfrontaliera, restrizioni territoriali dell'offerta ingiustificate e ostacoli all'accesso ai servizi finanziari in un altro Stato membro, che impediscono ai consumatori di sfruttare appieno i vantaggi offerti dal mercato unico, e ACCOGLIE CON FAVORE l'intenzione della Commissione di affrontare tali ostacoli; INVITA la Commissione a tenere conto, nella sua valutazione del regolamento sui blocchi geografici, del fatto che i consumatori che vivono nelle regioni ultraperiferiche dell'Unione continuano a incontrare ostacoli specifici nell'acquisto di beni;
5. RICORDA che le esigenze inerenti alla protezione dei consumatori devono essere prese in considerazione nella definizione e nell'attuazione di altre politiche e attività dell'Unione; SOTTOLINEA la necessità di garantire coerenza, sinergia e complementarità tra la legislazione dell'UE in materia di protezione dei consumatori, in particolare la direttiva sulle pratiche commerciali sleali<sup>9</sup> e il corpus normativo dell'UE nel settore digitale, comprendente il regolamento sui servizi digitali<sup>10</sup>, il regolamento sull'IA<sup>11</sup>, la direttiva sui servizi di media audiovisivi<sup>12</sup> e il regolamento sui mercati digitali<sup>13</sup>, al fine di salvaguardare un elevato livello di protezione dei consumatori e condizioni di parità in tutti i settori dell'ambiente digitale;

---

<sup>9</sup> Direttiva 2005/29/CE.

<sup>10</sup> Regolamento (UE) 2022/2065.

<sup>11</sup> Regolamento (UE) 2024/1689.

<sup>12</sup> Direttiva 2010/13/UE.

<sup>13</sup> Regolamento (UE) 2022/1925.

6. RICONOSCE la necessità di affrontare eventuali lacune normative, anche per quanto riguarda l'applicazione delle norme e la potenziale incertezza giuridica, sulla base dei risultati del controllo dell'adeguatezza del diritto UE dei consumatori per quanto concerne l'equità digitale (*Fitness Check of EU Consumer Law on Digital Fairness*)<sup>14</sup>, al fine di rafforzare ulteriormente la protezione dei consumatori nell'ambiente digitale da pratiche quali la progettazione di interfacce ingannevoli o manipolative (percorsi oscuri), le caratteristiche di progettazione che creano dipendenza, le pratiche problematiche da parte di influencer, la personalizzazione sleale che sfrutta le vulnerabilità dei consumatori, le pratiche di tariffazione dinamica non trasparenti e altre caratteristiche problematiche nei prodotti digitali; ACCOGLIE CON FAVORE l'intenzione della Commissione di proporre un atto legislativo sull'equità digitale per conseguire tali obiettivi in sinergia con l'attuale quadro giuridico dell'UE;
7. RICONOSCE che, se da un lato caratteristiche quali l'età o la disabilità rendono alcuni consumatori vulnerabili, dall'altro lato la vulnerabilità dei consumatori è un concetto dinamico, che può anche derivare da circostanze personali avverse che, se soggette a uno sfruttamento commerciale sleale, aggravano le asimmetrie informative e gli squilibri strutturali nelle relazioni tra imprese e consumatori e possono incidere in modo sostanziale sul comportamento dei consumatori; SOTTOLINEA che l'elevato costo della vita, che è fonte di preoccupazione per molti consumatori, e la mancanza di competenze digitali o la limitata alfabetizzazione digitale potrebbero anche comportare una vulnerabilità dei consumatori; PONE IN RISALTO la necessità di prevenire e affrontare le pratiche tariffarie non trasparenti che incidono su beni e servizi essenziali;

---

<sup>14</sup> SWD(2024) 230 final.

8. EVIDENZIA la necessità di garantire un elevato livello di protezione per tutti i consumatori, con particolare attenzione a quelli più vulnerabili, soprattutto i minori, che necessitano di maggiori garanzie nell'ambiente digitale; INVITA la Commissione a prestare particolare attenzione alla protezione dei minori online in preparazione dell'atto legislativo sull'equità digitale;
9. INCORAGGIA la Commissione a proseguire il suo lavoro per consentire ai consumatori di svolgere un ruolo più attivo nella transizione verso un'economia circolare, promuovendo offerte circolari sicure, sostenibili, economicamente accessibili e affidabili, compresi i beni di seconda mano, riparati, ricondizionati e rifabbricati e i modelli di prodotto come servizio, affrontando gli ostacoli sociali e comportamentali alla loro diffusione nonché i modelli di business che incoraggiano il consumo eccessivo e destano preoccupazioni in merito alla sostenibilità, promuovendo soluzioni di commercio elettronico "verdi fin dalla progettazione" e consentendo un facile accesso alle informazioni pertinenti sui prodotti attraverso passaporti digitali di prodotto e altri supporti durevoli; RICORDA che le asserzioni ambientali ingannevoli sono considerate pratiche commerciali sleali e sono già vietate ai sensi della direttiva sulle pratiche commerciali sleali; SOTTOLINEA l'importanza dell'attuazione della direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde<sup>15</sup>, che introduce norme specifiche per garantire che le asserzioni ambientali e i marchi di sostenibilità siano chiari, equi, comprensibili e affidabili, consentendo in tal modo agli operatori economici di operare su un piano di parità e permettendo ai consumatori di prendere decisioni informate e contribuire alla transizione verde dell'UE verso un'economia circolare e pulita;

---

<sup>15</sup> Direttiva (UE) 2024/825.

10. CONCORDA con l'obiettivo e SOTTOLINEA l'importanza di rafforzare l'attuazione, l'applicazione e l'esecuzione coerenti ed efficaci delle norme dell'UE in materia di protezione dei consumatori e sicurezza dei prodotti, INVITA a una stretta cooperazione tra le istituzioni dell'UE e le autorità amministrative e giudiziarie degli Stati membri, anche rafforzando le sinergie tra gli strumenti di vigilanza del mercato e promuovendo il coinvolgimento attivo delle organizzazioni dei consumatori e di tutti gli operatori del mercato pertinenti lungo la catena del valore, se del caso, e INCORAGGIA gli Stati membri a utilizzare attivamente il sistema Safety Gate istituito dal regolamento relativo alla sicurezza generale dei prodotti<sup>16</sup> per segnalare i prodotti non sicuri;
11. SOTTOLINEA il potenziale dell'IA nell'applicazione delle norme in materia di protezione dei consumatori e sicurezza dei prodotti, comprese le attività di vigilanza del mercato, e la necessità che le autorità siano in grado di sfruttare appieno il potenziale dell'IA e di sviluppare capacità di applicazione più forti; INCORAGGIA la Commissione a rafforzare le capacità digitali per lo sviluppo e il funzionamento di moderni strumenti di indagine per le autorità di contrasto e di vigilanza del mercato, nonché di strumenti volti a tutelare i minori nell'ambiente digitale;

---

<sup>16</sup> Regolamento (UE) 2023/988.

12. RICONOSCE la necessità di rafforzare l'applicazione del diritto dei consumatori e di garantire condizioni di parità per le imprese, anche attraverso un migliore coordinamento tra le autorità nazionali, nonché tra queste ultime e la Commissione, RICONOSCENDO nel contempo i diversi sistemi di applicazione negli Stati membri; SOTTOLINEA la necessità di intervenire per rafforzare l'applicazione, in particolare in relazione alle infrazioni diffuse, e ACCOGLIE CON FAVORE l'intenzione della Commissione di proporre una revisione del regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori<sup>17</sup> e di valutare diverse opzioni per migliorare l'efficacia dell'applicazione, compresa la possibilità di poteri di indagine e di esecuzione centralizzati a livello dell'UE in casi specifici;
13. INVITA la Commissione ad ampliare la cooperazione con i paesi terzi nell'ambito dei contatti bilaterali o multilaterali, rafforzando il lavoro congiunto su una vasta gamma di questioni relative alla protezione dei consumatori, anche garantendo che solo prodotti sicuri siano immessi sul mercato unico e che i consumatori abbiano accesso a prodotti sicuri venduti online e offline, con particolare attenzione al crescente volume di spedizioni di modesto valore provenienti da paesi terzi e vendite online, che pongono sfide specifiche in termini di vigilanza del mercato, controlli doganali e concorrenza leale;

---

<sup>17</sup> Regolamento (UE) 2017/2394.

14. INVITA la Commissione a garantire che, nella preparazione di nuove iniziative, sia preservata la natura orizzontale del diritto dei consumatori, che siano garantite la coerenza e la complementarità con gli atti legislativi esistenti evitando sovrapposizioni, che la necessità di proposte legislative sia valutata attentamente e che le proposte siano sostenute da adeguate valutazioni d'impatto conformemente ai principi di una migliore regolamentazione, compresa la valutazione dell'applicabilità;
15. INVITA la Commissione a garantire che, pur mantenendo un elevato livello di protezione dei consumatori, le nuove iniziative siano in linea con l'obiettivo generale dell'Unione di semplificazione e non comportino inutili oneri amministrativi, in particolare per le PMI, garantendo nel contempo che le soluzioni digitali concepite per conseguire tale obiettivo non comportino l'esclusione dei consumatori e che, ove necessario, rimangano disponibili alternative non digitali adeguate;
16. SOTTOLINEA l'importanza di un accesso facile, economicamente accessibile ed efficace ai mezzi di ricorso per i consumatori in caso di controversie attraverso un procedimento extragiudiziale di risoluzione delle controversie modernizzato per i consumatori che sia adatto anche ai mercati digitali, come previsto dalla direttiva riveduta sulla risoluzione alternativa delle controversie<sup>18</sup>, e attraverso meccanismi per le azioni collettive di ricorso, come previsto dalla direttiva sulle azioni rappresentative<sup>19</sup>;

---

<sup>18</sup> Direttiva (UE) 2025/2647.

<sup>19</sup> Direttiva (UE) 2020/1828.

17. SOTTOLINEA il ruolo attivo delle organizzazioni dei consumatori e della rete dei centri europei dei consumatori quali attori importanti nell'applicazione, se del caso, e nella sensibilizzazione, nella difesa degli interessi dei consumatori e nella fornitura di informazioni, educazione e sostegno ai consumatori; SOTTOLINEA l'importanza dell'educazione dei consumatori, comprese l'alfabetizzazione finanziaria e la sensibilizzazione nelle scelte di acquisto, quale strumento fondamentale per responsabilizzare i consumatori, rafforzare l'inclusione e la resilienza e sostenere un processo decisionale informato, in particolare nei mercati digitali e finanziari; ACCOGLIE CON FAVORE l'intenzione della Commissione di sostenere ulteriormente il movimento dei consumatori quale parte integrante delle società democratiche e RIMARCA l'importanza di un adeguato coinvolgimento della società civile e di entità indipendenti nella promozione degli interessi dei consumatori;
18. APPROVA l'approccio intersettoriale e olistico adottato nell'agenda dei consumatori 2030, che è particolarmente importante per rafforzare il mercato unico e affrontare le sfide del commercio elettronico, e SOTTOLINEA l'importanza di tenere conto degli interessi e della responsabilizzazione dei consumatori in tutte le politiche pertinenti;

19. ACCOGLIE CON FAVORE l'intenzione della Commissione di garantire un quadro di governance attivo per l'attuazione dell'agenda dei consumatori 2030, cooperando con gli Stati membri, la società civile e tutti gli altri portatori di interessi; SOTTOLINEA l'utilità di tale quadro di governance per adattarsi e rispondere alle questioni emergenti in modo agile;
20. RICONOSCE l'importanza di politiche generali nazionali in materia di consumatori che siano in linea con le priorità e sostengano l'attuazione dell'agenda dei consumatori 2030, nell'ambito di un approccio comune e rafforzato alla protezione dei consumatori in tutta l'Unione, prevenendo anche la frammentazione normativa; SOTTOLINEA che il buon funzionamento del mercato unico dipende sempre più dalla convergenza delle pratiche di applicazione, dalla condivisione di strumenti, dati e competenze e dalla capacità collettiva di affrontare le sfide transfrontaliere e sistemiche; INVITA la Commissione ad assumere un ruolo proattivo nel sostenere tale approccio incoraggiando una cooperazione strutturata e a lungo termine, promuovendo la messa in comune di capacità e risorse e garantendo che alla protezione dei consumatori sia attribuita un'adeguata priorità in tutta l'Unione, nel rispetto delle competenze nazionali.
-