

INSIGHT | 21 settembre 2026

Nuovi obblighi informativi per i retailer: garanzia legale e garanzie di durabilità

Il 27 settembre 2026 diventeranno applicabili le nuove disposizioni introdotte dalla Direttiva (UE) 2024/825, relativa alla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde, recepita in Italia con il d.lgs. 20 febbraio 2026, n. 30.

La riforma modifica il Codice del consumo (d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206) e interessa direttamente i retailer che vendono beni ai consumatori - inclusi beni con elementi digitali - sia nei punti vendita fisici sia tramite e-commerce. Gli interventi riguardano, in particolare:

- le informazioni sulla garanzia legale di conformità;
- le garanzie commerciali di durabilità;
- le informazioni sulla riparabilità, sui ricambi e sugli aggiornamenti software;
- le opzioni di consegna a minore impatto ambientale;
- la presenza di nuove disposizioni in materia di asserzioni ambientali ed etichette di sostenibilità;
- alcune pratiche connesse alla durabilità e alla riparabilità dei prodotti.

1. Avviso armonizzato sulla garanzia legale

Dal 27 settembre 2026, prima che il consumatore sia

vincolato dal contratto, il retailer dovrà ricordargli l'esistenza della garanzia legale di conformità prevista dagli artt. 128 e ss. del Codice del consumo e i suoi elementi essenziali, inclusa la durata minima di due anni dalla consegna del bene, utilizzando esclusivamente il nuovo Avviso armonizzato europeo.

L'obbligo non modifica la durata o il contenuto della garanzia legale già prevista dal Codice del consumo: introduce una nuova modalità, standardizzata a livello europeo, con cui informare il consumatore.

Si ricorda che, per i beni usati, le parti possono concordare un termine di responsabilità del venditore non inferiore a un anno dalla consegna (art. 133, comma 4, Codice del consumo). L'Avviso armonizzato dovrà comunque essere esposto anche per la vendita di beni usati.

Nei punti vendita fisici, l'Avviso dovrà:

- essere esposto in modo chiaramente visibile, ad esempio in prossimità della cassa o in un'altra posizione facilmente accessibile;
- avere una dimensione non inferiore al formato A4;
- essere riprodotto a colori oppure in bianco e nero;
- rispettare integralmente il modello ufficiale, senza modificarne elementi, contenuti o codice QR.

Per le vendite concluse attraverso un'interfaccia online, l'Avviso dovrà:

- essere messo a disposizione prima della conclusione del contratto, in posizione visibile e facilmente accessibile;
- essere riprodotto a colori;
- rispettare il formato ufficiale e mantenere funzionante e leggibile il relativo codice QR.

2. Etichetta per la garanzia commerciale di durabilità

Un obbligo ulteriore scatta quando il produttore offre una **garanzia commerciale di durabilità** che:

- è gratuita per il consumatore;
- riguarda il bene nel suo complesso;
- ha durata superiore a due anni;
- è stata comunicata dal produttore al retailer.

In presenza di tutte queste condizioni, il retailer dovrà utilizzare la nuova Etichetta armonizzata per la garanzia commerciale di durabilità, indicando:

- la durata della garanzia, espressa in anni;
- il nome o marchio del produttore;
- l'identificativo del modello interessato.

Nei punti vendita fisici l'Etichetta dovrà avere una dimensione minima di **95 × 100 mm** e potrà essere riprodotta a colori o in bianco e nero. Online dovrà essere a colori e potrà essere presentata anche mediante una visualizzazione “annidata”, purché l'etichetta completa appaia al primo click, passaggio del cursore o tocco sullo schermo.

Nell'e-commerce, quando applicabile, l'informazione sulla garanzia commerciale di durabilità dovrà inoltre essere comunicata in modo chiaro ed evidente immediatamente **prima dell'inoltro dell'ordine**.

L'Etichetta non deve essere utilizzata per qualsiasi altra garanzia commerciale offerta dal venditore o da terzi: è riservata esclusivamente alla garanzia commerciale di durabilità gratuita del produttore che copre l'intero bene per un periodo superiore a due anni.

L'operatore economico non è tenuto a ricercare attivamente presso il produttore le informazioni sulla garanzia commerciale di durabilità: l'obbligo di esporre l'Etichetta scatta solo nella misura in cui il produttore metta a disposizione le informazioni pertinenti (cfr. art. 48, comma 1, lett. e-bis, e art. 49, comma 1, lett. n-bis, del Codice del consumo). Il medesimo principio vale per le informazioni sugli aggiornamenti software e sulla riparabilità.

3. Altre informazioni precontrattuali

Il retailer dovrà verificare se, in relazione ai prodotti commercializzati, sia necessario fornire anche le seguenti informazioni:

- periodo minimo durante il quale il produttore o

il fornitore assicura gli aggiornamenti software, se tale informazione è stata messa a disposizione del retailer;

- indice di riparabilità, quando previsto dalla normativa europea;
- in assenza di un indice di riparabilità applicabile, informazioni su disponibilità, costo stimato e modalità di ordinazione dei ricambi necessari a mantenere il bene conforme, nonché sulle istruzioni e sulle eventuali restrizioni alla riparazione, se fornite dal produttore;
- esistenza e condizioni dei servizi post-vendita e delle altre garanzie commerciali;
- per l'e-commerce, eventuali opzioni di consegna rispettose dell'ambiente, quando effettivamente disponibili.

Sarà quindi essenziale rivedere i flussi informativi con produttori, importatori e fornitori, prevedendo la raccolta sistematica dei dati necessari e, ove opportuno, l'aggiornamento delle clausole contrattuali relative ai flussi informativi.

4. Green claim ed etichette di sostenibilità

Il d.lgs. 30/2026 contiene inoltre disposizioni specifiche in materia di asserzioni ambientali ed etichette di sostenibilità, che rafforzano il contrasto al greenwashing. Per un approfondimento si rinvia al precedente insight [«Decreto “Empowering”. Nuove norme per la transizione verde e la tutela dei consumatori»](#).

5. Durabilità, riparabilità e aggiornamenti software

Entrano inoltre nella lista delle pratiche sempre vietate alcune condotte relative alla vita utile dei prodotti. In particolare, non sarà consentito:

- comunicare commercialmente un bene dotato di una caratteristica introdotta per limitarne la durabilità, quando il professionista ne sia a conoscenza;
- affermare falsamente che il bene abbia una determinata durata o sia riparabile;
- presentare come necessario un aggiornamento software che si limita a migliorare determinate funzionalità;
- omettere che un aggiornamento software avrà effetti negativi sul funzionamento del bene;
- indurre il consumatore a sostituire materiali di consumo prima che ciò sia tecnicamente necessario;

- omettere che l'utilizzo di ricambi, accessori o materiali di consumo non originali comprometterà la funzionalità del prodotto oppure affermare falsamente che tale compromissione si verificherà.

6. Profili sanzionatori

Il d.lgs. 30/2026 non introduce sanzioni specifiche: le violazioni dei nuovi obblighi ricadono nel sistema sanzionatorio generale del Codice del consumo (artt. 24-27-quater). L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) è l'autorità competente per l'accertamento e la repressione delle pratiche commerciali scorrette e può disporre la cessazione delle condotte, ordinare la pubblicazione dei provvedimenti e irrogare sanzioni amministrative pecuniarie. Data la specificità delle nuove fattispecie, il rischio di enforcement è concreto, anche sotto il profilo reputazionale.

7. Cosa fare: azioni raccomandate per i retailer

In vista della scadenza del 27 settembre 2026, consigliamo di avviare tempestivamente le seguenti attività:

1. censire punti vendita, siti e-commerce, app e marketplace interessati;
2. predisporre l'Avviso armonizzato ufficiale per ogni punto vendita e canale online;
3. identificare i prodotti coperti da garanzie commerciali di durabilità superiori a due anni;
4. raccogliere le informazioni rese disponibili dai produttori (durata, modello e dati necessari alla compilazione dell'Etichetta armonizzata), fermo restando che il retailer non è tenuto a ricercarle attivamente;
5. aggiornare pagine prodotto, condizioni di vendita, informative precontrattuali e percorso di checkout;
6. raccogliere dai fornitori le informazioni su aggiornamenti software, riparabilità, ricambi e restrizioni alla riparazione;
7. formare il personale commerciale, marketing, e-commerce e customer care;
8. predisporre un piano interno di compliance con responsabilità, scadenze e indicatori di avanzamento.

Contatti



Christian Caserini
christian.caserini@lcalex.it



Andrea Cuneo
andrea.cuneo@lcalex.it



Matteo Fugazza
matteo.fugazza@lcalex.it

LCA è uno studio legale indipendente e full service, specializzato nell'assistenza legale e fiscale d'impresa, composto da circa 350 persone.

MILANO

Via della Moscova 18
20121 Milano

ROMA

Piazza del Popolo 18
00187 Roma

GENOVA

Via XX Settembre 31/6
16121 Genova

TREVISO

Via Sile 41
31056 Roncade (TV)

BRUXELLES

Place Poelaert 6
1000 Bruxelles

DUBAI

IAA Middle East Legal Consultants LLP
Liberty House, Office 514, DIFC

www.lcalex.it
info@lcalex.it