

## DOMANDE E RISPOSTE - QUESITI LEGALI IN MATERIA DI ELETTRONICA DI CONSUMO

Una selezione di domande proposte degli iscritti ad ANDEC concernenti i prodotti di elettronica di consumo (ed eventualmente anche il contratto di agenzia), originate dalle problematiche correnti e dai dubbi derivanti dalla pratica aziendale delle imprese associate. Le risposte vengono fornite dall'avvocato Maurizio Iorio, in qualità di Presidente dell'Associazione e nell'ambito del servizio di consulenza legale riservato da ANDEC ai suoi associati.



### MAURIZIO IORIO

Dalla partnership tra Marketplace e Andec prende vita questa rubrica, curata dall'Avvocato Maurizio Iorio nel suo duplice ruolo di Avvocato Professionista in Milano e di Presidente di Andec.

**1.Domanda** (30 marzo 2026): **Informazioni da riportare sugli imballaggi**

Commercializziamo apparecchi TV in vari paesi europei (Germania, Francia, Spagna, Portogallo, Olanda, Belgio e UK), col marchio del cliente e vorremmo porre alcuni quesiti circa la Direttiva Imballo TV in Europa.

- È necessario che sull'imballo appaiano tutte le lingue dei paesi dove il TV verrà venduto?

- Bastano i simboli delle varie caratteristiche tecniche?

- Circa i disclaimer, è necessario che appaiano sull'imballo oppure basta una pagina stampata all'interno dell'imballo? Inoltre, i disclaimer devono apparire nella sola versione inglese o in tutte le lingue dei paesi UE dove il TV è commercializzato?

#### Risposta:

Preciso anzitutto che non esiste una "Direttiva imballo TV", anche se c'è un regolamento 2025/40/UE sugli imballaggi, che tuttavia non si riferisce alle questioni da Lei sollevate, le quali trovano risposta nel Codice del consumo e nel GPSR.

Ciò premesso, riporto di seguito le risposte ai suoi vari quesiti:

**- È necessario che sull'imballo appaiano tutte le lingue dei Paesi dove il TV verrà venduto?**



Il Regolamento (UE) 2023/988 sulla sicurezza generale dei prodotti (GPSR) richiede che le informazioni destinate al consumatore siano fornite **nelle lingue** stabilite dagli Stati membri in cui il prodotto è commercializzato.

In Italia, il Codice del Consumo prevede inoltre che tali informazioni siano rese in lingua italiana e che risultino **chiare, leggibili e non ingannevoli**. In particolare, la lingua italiana non deve essere penalizzata rispetto ad altre lingue e il corpo dei caratteri utilizzati deve garantire **pari evidenza e leggibilità**, evitando dimensioni inferiori o minore visibilità rispetto alle altre lingue presenti.

**- Bastano i simboli delle varie caratteristiche tecniche?**

*Se si tratta di simboli "normalizzati" sono sufficienti a fornire l'informazione in modo chiaro, e comprensibile.*

**- Circa i disclaimer, è necessario che appaiano sull'imballo oppure basta una pagina stampata all'interno dell'imballo?**

Il Codice del Consumo (in Italia) richiede che sull'imballo, in modo visibile prima dell'acquisto, siano riportate tutte le informazioni rilevanti per identificare il prodotto, garantirne un uso sicuro e definire le eventuali limitazioni di utilizzo, nonché per individuare i materiali che possono costituire un rischio nell'ambito dell'uso prevedibile.

Il predetto Regolamento (UE) 2023/988 (GPSR), richiede che sull'imballo siano riportate tutte le informazioni rilevanti per identificare

il prodotto, garantirne un uso sicuro e definire le eventuali limitazioni di utilizzo.

**- Nella sola versione in lingua inglese o in tutte le lingue dei Paesi dove il TV verrà venduto?**

Il Regolamento (UE) 2023/988 richiede che tutte le informazioni rilevanti siano presenti nelle lingue stabilite dai paesi di destinazione del prodotto.

Quanto agli apparecchi esportati nel Regno Unito, il suddetto Regolamento non impone alcun obbligo di apporre disclaimer sull'imballaggio in quanto lo stesso non si applica a paesi non facenti parte della UE. Per un fabbricante italiano che esporta TV in Gran Bretagna, gli obblighi sull'imballaggio sono quindi dettati dalla normativa britannica.

**2.Domanda** (25 marzo 2026):

**Greenwashing ed etichettatura sulla garanzia**

Il Dlgs 20 febbraio 2026, n. 30, noto come "Dlgs Greenwashing", contiene disposizioni che si applicano dal 27 Settembre 2026.

In particolare, riguardo all'etichettatura armonizzata per la garanzia di durabilità e all'etichettatura per la garanzia legale di conformità, abbiamo due domande:

- Ci sono degli obblighi a carico delle aziende del settore dell'elettronica di consumo?

- Dovremo aggiornarle le correlative informazioni fornite ai consumatori?

#### Risposta:

**- Con riferimento alla domanda «Ci sono degli obblighi a carico delle aziende del nostro settore?», la risposta è affermativa.**

Il D.Lgs. 20 febbraio 2026, n. 30, attuativo della Direttiva (UE) 2024/825, ha introdotto nel Codice del Consumo (D.Lgs. 206/2005) il nuovo art. 65-ter, che impone ai venditori l'adozione di due strumenti obbligatori.

- Il primo è l'**avviso armonizzato sulla garanzia legale di conformità**.



L'art. 48, comma 1, lett. e) del Codice del Consumo, come sostituito dall'art. 1, comma 1, lett. f), n. 1) del D.Lgs. 30/2026, impone al venditore di fornire «*un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni e dei suoi elementi principali, compresa la durata minima di due anni ai sensi dell'articolo 133, in modo visibile, utilizzando l'avviso armonizzato di cui all'articolo 65-ter*». Identico obbligo vale per i contratti a distanza (art. 49, comma 1, lett. n) del Codice del Consumo, come sostituito dall'art. 1, comma 1, lett. g), n. 2) del D.Lgs. 30/2026. Il formato è quello stabilito dall'Allegato II-*octies*, Parte 1, al Codice del Consumo e dal Regolamento di esecuzione (UE) 2025/1960 della Commissione del 25 settembre 2025, direttamente applicabile. Tutti i dettagli degli elementi modificabili e non modificabili dei formati legali sono indicati nei file ivi allegati. <https://shorturl.at/fsJrO>. - Il secondo è l'**etichetta armonizzata per la garanzia commerciale di durabilità**. L'art. 48, comma 1, lett. e-*bis*) (rinvenibile allo stesso link di cui sopra: <https://shorturl.at/fsJrO>), impone di fornire tale etichetta «*se il produttore offre al consumatore una garanzia commerciale di durabilità senza costi aggiuntivi, che copre il bene nel suo complesso ed ha una durata superiore a due anni e mette tali informazioni a disposizione dell'operatore economico*». Il formato è quello dell'Allegato II-*octies*, Parte 2. Per i vostri prodotti, naturalmente, occorre verificare concretamente prodotto per prodotto la sussistenza di tali condizioni cumulative.

- Una precisazione quanto alla possibilità di modificare l'avviso armonizzato e l'etichetta armonizzata: come si è sopra già detto, Il Reg. esec. (UE) 2025/1960, artt. 1 e 2,

impone che l'avviso e l'etichetta siano conformi al «*formato e al contenuto*» stabiliti, rispettivamente, negli allegati I e II.

Per l'avviso, l'allegato precisa che «*gli elementi dell'avviso armonizzato non possono essere modificati*»; nei punti vendita fisici la dimensione minima è A4, mentre online l'avviso dovrebbe essere a colori (considerando 14 Reg. esec. (UE) 2025/1960).

Per l'etichetta, sono modificabili solo durata, produttore e modello; per i canali fisici la dimensione minima è 95 x 100 mm. Tutti i dettagli dell'etichetta sono riportati nel punto (3) dell'Allegato II al Reg. esec. (UE) 2025/1960.

**Conclusione operativa: predisporre un avviso generale stabile per la garanzia legale e, solo per i beni coperti da garanzia commerciale di durabilità qualificata, un'etichetta riferita al bene o modello specifico.**

**- Con riferimento alla seconda domanda «Dovremo aggiornare le informazioni fornite ai consumatori?»,** naturalmente una risposta completa richiede la presa visione delle informazioni che attualmente sono fornite ai consumatori. Se,



come si può presumere, l'avviso e l'etichetta armonizzata non sono ancora disponibili per i vostri prodotti, si dovrà naturalmente adempiere agli obblighi sopra descritti, tenendo presente che l'art. 2, comma 1, del D.Lgs. 30/2026 dispone che le nuove disposizioni «si applicano a decorrere dal 27 settembre 2026».

**3.Domanda** (25 marzo 2026):  
**Compenso per copia privata**

Abbiamo un quesito relativo al decreto MIC 23 Febbraio 2026 (definizione tariffe compenso per copia privata di opere protette da diritto d'autore). Commercializziamo una dash cam (ossia una telecamera che inquadra la strada e registra su supporto fisico sd card tutti gli eventi che avvengono sul tratto di strada inquadrato) che viene venduta assieme ad una SD card da 64GB. Anche se lo scopo della sd card è quello di memorizzare i dati video della strada, un utente non professionale potrebbe usarla su altro dispositivo per registrazioni audio o video, dato che si tratta di una comune memoria esterna. Vorremmo pertanto sapere se siamo o meno tenuti al pagamento del compenso per copia privata.

**Risposta:**  
La risposta è affermativa. Infatti, il fondamento normativo del compenso per copia privata è articolato su tre livelli.  
- L'art. 71-sexies, comma 1, L. 22 aprile 1941, n. 633 consente alla persona fisica la riproduzione privata di fonogrammi e videogrammi «su qualsiasi supporto, effettuata da una persona fisica per uso esclusivamente personale, purché senza scopo di lucro e senza fini direttamente o indirettamente commerciali». Con questa norma la legge comprime il diritto esclusivo di riproduzione dei titolari, limitatamente alla sola riproduzione privata del fruitore finale.  
- L'art. 71-septies, comma 1, L. 633/1941 riconosce ai titolari il diritto al compenso quale contropartita di quella compressione: «agli autori e ai produttori di fonogrammi, nonché ai produttori originari di opere audiovisive, agli artisti, interpreti ed esecutori e ai produttori di videogrammi, e ai loro aventi causa, è attribuito un compenso per la riproduzione privata di fonogrammi e di videogrammi».  
- L'art. 71-septies, comma 3, L. 633/1941 individua i soggetti obbligati al versamento e il fatto generatore concreto dell'obbligo: «il compenso è dovuto da chi fabbrica o importa nel territorio dello Stato allo scopo di trarne profitto gli apparecchi e i supporti indicati nel comma 1». Si tratta di una norma di trasferimento dell'obbligo dal fruitore all'operatore economico: il compenso è dovuto per la riproduzione privata dei fruitori finali, ma il legislatore — per ragioni di efficienza della riscossione — ha scelto di porne l'obbligo di versamento in capo a soggetti diversi da coloro che materialmente riproducono, individuandoli a monte nella filiera commerciale in ragione della loro attività commerciale lucrativa.  
- L'art. 71-septies, comma 2, L. 633/1941 demanda a un

decreto del Ministro della cultura la determinazione della misura del compenso. In esecuzione di tale delega, il Decreto MIC 23 febbraio 2026 (pubblicato in GU n. 67 del 21 marzo 2026, in vigore dal medesimo giorno) fissa, all'art. 2, comma 1, lett. g) dell'Allegato tecnico, la tariffa per le memorie trasferibili o removibili: € 0,08 per GB per la fascia «>32 GB e oltre», con massimale di € 5,26 per unità.  
**La SD card da 64 GB rientra in questa categoria. Il compenso dovuto per ogni unità è pertanto pari a 64 GB x € 0,08 = € 5,12.**

**4.Domanda** (06 febbraio 2026):  
**Marchio di Fabbrica e Marchio di Commercio**

La nostra società, ALFA Spa, sta acquistando da un fornitore (fabbricante) italiano - per commercializzarlo - un articolo di illuminazione, che intenderebbe personalizzare apponendo, su imballo, manuali e documentazione di accompagnamento, il proprio marchio ALFA. Tuttavia, la nostra società non vorrebbe assumere la qualità e gli oneri del “fabbricante” ma lasciare tale qualità interamente al fornitore, che dovrebbe pertanto essere il solo soggetto responsabile, tra l'altro, ai fini della marcatura CE e del rispetto della normativa RoHS. A tal fine, vorremmo sapere se sarebbe sufficiente per noi indicare su imballo e/o documentazione di accompagnamento che il prodotto è “Distribuito da ALFA SpA” oppure se al fine di mantenere la qualità di distributore siamo obbligati ad inserire nel packaging anche i dati del fabbricante per non essere considerati noi stessi fabbricanti del prodotto.

**Risposta:**  
Il soggetto che si presenta come importatore o distributore con proprio marchio (con esclusione del marchio del produttore o importatore) è considerato il “Fabbricante” del prodotto.

Pertanto, nel caso di specie è opportuno indicare “Distribuito da ALFA (indirizzo), Fabbriato da... (Indirizzo del Vs. fornitore)”. In questo modo è chiaro che il marchio ALFA è un semplice marchio di commercio, mentre non è ALFA Spa il “Fabbricante”. Si noti che il distributore o rivenditore non può sopprimere il marchio di fabbrica del produttore, ma ha il diritto di affiancare allo stesso il proprio marchio di commercio.

**5.Domanda** (06 febbraio 2026):  
**Ambito di applicazione della Direttiva Right to Repair**

La nostra società commercializza autoradio, cuffie, sistemi hi-fi, radio. Vorremmo sapere se la Direttiva (UE) 2024/1799 (Right to repair) si applica solo ai prodotti elencati nell'allegato II (che riporto di seguito) e quindi non ai nostri:

| ALLEGATO II                                                                         |                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ELENCO DEGLI ATTI GIURIDICI DELL'UNIONE CHE STABILISCONO SPECIFICHE DI RIPARABILITÀ |                                                                                                                                                       |
| 1.                                                                                  | Per le lavatrici per uso domestico e le lavasciuga biancheria per uso domestico, regolamento (UE) 2019/2023 della Commissione <sup>(1)</sup>          |
| 2.                                                                                  | Per le lavastoviglie per uso domestico, regolamento (UE) 2019/2022 della Commissione <sup>(2)</sup>                                                   |
| 3.                                                                                  | Per gli apparecchi di refrigerazione, regolamento (UE) 2019/2019 della Commissione <sup>(3)</sup>                                                     |
| 4.                                                                                  | Per i display elettronici, regolamento (UE) 2019/2021 della Commissione <sup>(4)</sup>                                                                |
| 5.                                                                                  | Per le apparecchiature di saldatura, regolamento (UE) 2019/1784 della Commissione <sup>(5)</sup>                                                      |
| 6.                                                                                  | Per gli aspirapolvere, regolamento (UE) n. 666/2013 della Commissione <sup>(6)</sup>                                                                  |
| 7.                                                                                  | Per i server e prodotti di archiviazione dati, regolamento (UE) 2019/424 della Commissione <sup>(7)</sup>                                             |
| 8.                                                                                  | Per telefoni cellulari, telefoni cordless e tablet, regolamento (UE) 2023/1670 della Commissione <sup>(8)</sup>                                       |
| 9.                                                                                  | Per le asciugabiancheria per uso domestico, regolamento (UE) 2023/2533 della Commissione <sup>(9)</sup>                                               |
| 10.                                                                                 | Per i beni che incorporano batterie per mezzi di trasporto leggeri, regolamento (UE) 2023/1542 del Parlamento europeo e del Consiglio <sup>(10)</sup> |

**Risposta:**  
Allo stato attuale, i prodotti commercializzati dalla vostra. società (autoradio, cuffie, sistemi hi-fi, radio) non sono soggetti agli obblighi di riparazione previsti dalla Direttiva (UE) 2024/1799. Infatti, la direttiva Right to repair introduce un obbligo di riparazione in capo al fabbricante (art. 5) esclusivamente per i beni “per i quali e nella

misura in cui” gli atti giuridici dell'Unione elencati nell'Allegato II prevedono specifiche di riparabilità. L'intero regime obbligatorio – riparazione, prezzo ragionevole delle parti di ricambio, obblighi informativi connessi all'obbligo di riparazione – sembrerebbe strettamente collegato al fatto che il bene sia attratto da una o più delle discipline dell'Allegato II mentre i beni attualmente commercializzati dalla vostra. società non lo sono. Di conseguenza, non si attiva per tali prodotti l'impianto di obblighi previsti dalla direttiva di cui trattasi. Aggiungo una considerazione: la Direttiva 1799/2024, all' art. 16, apporta anche delle modifiche alla diversa Direttiva (UE) 1799/2024 (direttiva sulla garanzia legale): è chiaro che in tal caso le suddette modifiche (pur essendo estranee al diritto alla riparazione di cui all' art. 5 D. 1799/2024, ma afferenti al diverso campo della garanzia legale), impattano in punto garanzia legale anche sui prodotti venduti dalla vostra. società, tra cui (ma non solo) l'estensione di un anno, il rispetto alla garanzia residua e della garanzia sul prodotto riparato.

**6.Domanda** (18 maggio 2026): **Contratto di agenzia - nuovo AEC Commercio 5.06.2025 ed affari conclusi tramite vendite on-line del preponente**

Ci risulta che ai sensi del nuovo AEC Commercio del 05.06.25, gli agenti abbiano diritto alle provvigioni e quindi a ricevere gli estratti provvigionali, anche nel caso di vendite on-line. Vorremmo sapere meglio quali diritti sono riconosciuti all'agente in questi casi e se sia possibile una clausola di esclusione delle vendite on-line dal contratto di agenzia.

**Risposta:**  
L'art. 1, lett. c) dell'AEC 2025 amplia la nozione di “promozione” degli affari, **includendo espressamente l'attività**

**finalizzata alla conclusione di contratti anche tramite il canale del commercio elettronico aziendale.** Questo aggiornamento, coerente con la legge, risponde all'evoluzione delle reti di vendita e incide direttamente sul diritto alla provvigione. Secondo l'art. 5 dell' AEC l'agente ha diritto a ottenere gli estratti conto provvigionali completi e dettagliati delle vendite online nella zona **assegnatagli in esclusiva e le correlative provvigioni.** Secondo la lettera della norma, tale diritto sussiste quindi alla sola condizione che le vendite on-line ricadano nella **zona/ canale assegnati in esclusiva.** È pertanto possibile definire preventivamente nel contratto di agenzia se, e in quali limiti, il canale digitale e la clientela B2C rientrino nell'incarico agenziale e a tal fine stabilire l'esclusione espressa dalla zona o del canale assegnato in esclusiva all'agente delle attività orientate alla vendita online e della relativa remunerazione provvigionale, stabilendo in tal caso che gli agenti non avranno conseguentemente diritto agli estratti conto delle vendite a privati consumatori né di quelle realizzate attraverso il canale e-commerce aziendale. La correlativa clausola dovrà essere:  
• espressa, specifica e redatta per iscritto (la forma scritta è richiesta a fini probatori dalla legge)  
• indicare esattamente il canale e la clientela esclusi  
• non essere soggetta ad attivazione o revoca secondo il mero arbitrio del preponente  
• non essere tale da privare completamente del suo contenuto la causa concreta del contratto, impedendo che l'incarico agenziale possa essere proficuamente svolto dall'agente.

Riproduzione riservata ©Maurizio Iorio  
N.B. Le immagini utilizzate a corredo di questo articolo sono solo a puro scopo illustrativo