

Milano, 24 luglio 2026

Comunicazione ENC n. 4/2026

Oggetto: Legge 19 giugno 2026, n. 120 – Disposizioni in materia di destinazione di proventi derivanti dalla vendita di prodotti. Nuovi obblighi informativi, comunicativi e sanzionatori per produttori, professionisti e soggetti beneficiari.

1. PREMESSA

È stata pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 154 del 6 luglio 2026 la **Legge 19 giugno 2026, n. 120**, recante "Disposizioni in materia di destinazione di proventi derivanti dalla vendita di prodotti".

La legge entrerà in vigore il **21 luglio 2026** e introduce una specifica disciplina volta a garantire la trasparenza nelle iniziative commerciali in cui una parte del prezzo o dei proventi derivanti dalla vendita di prodotti viene destinata a finalità solidaristiche o di utilità sociale.

La normativa si inserisce nell'ambito della tutela dei consumatori e mira a contrastare fenomeni di comunicazione ingannevole relativi alle campagne promozionali che fanno leva sulla destinazione di somme a favore di enti benefici o soggetti operanti in ambito sociale, filantropico, culturale, scientifico o assistenziale.

2. IMPATTI OPERATIVI PER GLI ETS e DECORRENZA

Gli ETS che concedono nome, marchio, logo, immagine istituzionale a imprese coinvolte in campagne commerciali dovranno verificare preventivamente che:

1. l'accordo – qualsiasi forma esso abbia - disciplini con precisione l'importo o la percentuale destinata all'ente;
2. siano definite le finalità alle quali le somme saranno destinate;
3. siano stabilite le tempistiche di versamento;
4. il soggetto erogatore rispetti gli obblighi di comunicazione verso AGCM;
5. sia prevista una rendicontazione delle somme effettivamente trasferite.

Pur non essendo generalmente il destinatario diretto degli obblighi sanzionatori, l'ente beneficiario potrebbe subire conseguenze reputazionali in caso di campagne non conformi.

Dott. Comm. Corrado Colombo
Dott. Comm. Giorgio Agnello
Dott. Comm. Paolo Bergamasco
Dott. Comm. Valeria De Cicco
Dott. Comm. Silvio Formenti
Dott. Comm. Irene Guerzoni
Dott. Comm. Piergiorgio Gusso
Dott. Comm. Luigi Lepore
Dott. Comm. Mara Losi
Dott. Comm. Gianluca Panizza
Dott. Comm. Maria Paola Pecollo
Dott. Comm. Monica Poletto
Dott. Comm. Alessandro Pozzi
Dott. Comm. Filippo Purghe
Dott. Comm. Giovanna Rita
Avv. Nicola Salvarani
Dottoressa Elsa Ségard Esp. Cont.
Dott. Comm. Pino Sorrentino
Dott. Comm. Alfredo Tradati
Dott. Comm. Carlo Triberti
Avv. Stefano Versace

Of Counsel

Dott. Comm. Paolo Triberti
Avv. Vittorio Versace
Dott. Luca Insabato Cons. del Lav.
Avv. Patrizia Tovazzi
Dott. Comm. Francesco Migliarese

Dottoressa Sara Agnello Esp. Cont.
Dott. Comm. Anna Aimetti
Dott.ssa Felicia Bogaci Esp. Cont.
Avv. Lucia Campora
Dott. Comm. Giuseppina Grazia Carbone
Dott. Comm. Tommaso Carena
Dott. Comm. Sara Casana
Dott. Comm. Giuseppe Celestini
Dott. Comm. Michele Ciccone
Dott. Comm. Silviu Cretu
Dott. Comm. Barbara Di Gregorio
Dott. Comm. Moira Di Muzio
Dott. Comm. Vincenzo Frunzio
Dott. Comm. Emanuela Glerean
Dott. Comm. Alberto Mattiello
Dott. Comm. Giorgia Mazzeri
Dott. Comm. Mila Monova
Dott. Comm. Gaia Napoli
Dott. Comm. Enzo Pignataro
Avv. Chiara Pisani
Dott. Comm. Bruna Paulon Puerari
Dott. Comm. Rosa Runci
Dott. Comm. Camilla Santinoli
Dott. Comm. Stefania Silvestri
Dott. Comm. Andreina Soffientini
Dott.ssa Tzvetelina Spassov Esp. Cont.
Dott. Comm. Gloria Torre

C.F. e P.Iva 10444880156

www.tcapartners.it
info@tcapartners.it



WE ARE AN INDEPENDENT MEMBER OF
THE GLOBAL ADVISORY
AND ACCOUNTING NETWORK

Milano
Via Carducci 32
20123 - Milano
Tel. +39 02 855031
mail: milano@tcapartners.it

Milano - Area Legale
Via Carducci 32
20123 - Milano
Tel. +39 02 36633663
mail: legal@tcapartners.it

Torino
Piazza Carlo Felice 18
10121 - Torino
Tel. +39 011 538386
mail: torino@tcapartners.it

Roma
Via Boncompagni 93 int.20
00187 - Roma
Tel. +39 06 97273788
mail: roma@tcapartners.it

La legge entra in vigore il 21 luglio 2026. La disciplina non si applica alle promozioni, alle vendite e alle forniture già in corso alla data di entrata in vigore.

Si esamineranno ora di seguito più nel dettaglio, l'ambito di applicazione, soggetti beneficiari esclusioni, i nuovi obblighi informativi e gli aspetti sanzionatori.

3. AMBITO DI APPLICAZIONE

3.1 Operazioni interessate

La legge si applica alle attività di promozione, vendita e fornitura ai consumatori di prodotti i cui proventi siano destinati, anche solo parzialmente, a soggetti che svolgono attività di interesse sociale o solidaristico.

Sono pertanto coinvolte tutte le iniziative commerciali comunemente qualificate come:

- "charity marketing";
- "cause related marketing";
- campagne "acquista e sostieni";
- raccolte fondi indirette collegate alla vendita di beni.

3.2 Soggetti obbligati

La disciplina si rivolge ai:

- produttori,
- professionisti ovvero "qualsiasi persona fisica o giuridica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista" (articolo 18, Codice del Consumo). Ai sensi dell'articolo 1, comma 4, della Legge in esame, per professionista "si intende sia il venditore sia il soggetto che promuove l'acquisto".

4. SOGGETTI BENEFICIARI DELLE EROGAZIONI

L'art. 1, comma 1, individua come destinatari dei proventi di cui alla presente disciplina i soggetti contemplati:

- dall'art. 10 del TUIR, comma 1, lettere g), i), l), e l-quater).
- dall'art. 100 del TUIR, comma 2, lettere a), b), f), g), h), m), m-bis), n), o) e o-bis)

alla cui lettura si rinvia

- dall'art. 14, comma 1, del D.L. n. 35/2005, ovvero fondazioni e associazioni riconosciute aventi per oggetto statutario la tutela, la promozione e la valorizzazione dei beni di interesse artistico, storico e paesaggistico di cui al DL 42/2004 e in favore di fondazioni e associazioni riconosciute aventi per scopo statutario lo svolgimento o la promozione di attività di ricerca scientifica, individuate con DPCM.

- dall'art. 82, comma 1, del D.Lgs. n. 117/2017 (Codice del Terzo Settore), ovvero enti del Terzo settore comprese le cooperative sociali ed escluse le imprese sociali costituite in forma di società.

Inoltre, sono ricompresi i soggetti esteri aventi finalità analoghe.

5. ESCLUSIONI

La legge non trova applicazione:

"alla promozione, alla vendita o alla fornitura di prodotti ai consumatori da parte degli enti non commerciali che non siano partecipati, direttamente o indirettamente, dai produttori o professionisti".

Restano inoltre ferme le disposizioni in materia di raccolta fondi di cui all'art. 7 del Codice del Terzo Settore e quelle relative alle raccolte effettuate dagli enti delle confessioni religiose che hanno stipulato patti, accordi o intese con lo Stato.

Pertanto, la disciplina non sostituisce né modifica la normativa sulle raccolte fondi degli ETS.

6. NUOVI OBBLIGHI INFORMATIVI

6.1 Diritto all'informazione del consumatore

I consumatori devono essere adeguatamente informati in merito alla destinazione di una parte dei proventi della vendita del prodotto.

6.2 Informazioni obbligatorie

L'art. 2, comma 2, impone l'indicazione delle seguenti informazioni:

a) Beneficiario

Indicazione del soggetto destinatario [di parte] delle somme raccolte.

b) Finalità

Indicazione delle finalità alle quali saranno destinate le somme.

c) Entità economica

Indicazione:

- della quota percentuale del prezzo di vendita; oppure
- dell'importo unitario;

destinato al beneficiario per ciascun prodotto venduto.

6.3 Modalità di esposizione

Le informazioni possono essere rese mediante:

- confezione del prodotto;
- targhette cartacee;

- etichette adesive;
- materiali informativi presenti nel punto vendita.

La comunicazione deve garantire chiarezza, semplicità, adeguata evidenza grafica.

6.4 Pubblicità e influencer marketing

La legge estende espressamente gli obblighi informativi alle:

- pratiche commerciali;
- comunicazioni pubblicitarie;
- campagne digitali;
- attività di influencer marketing.

Ne consegue che le informazioni richieste devono essere presenti non soltanto sul prodotto ma anche in qualunque messaggio promozionale che richiami la destinazione dei proventi.

7. OBBLIGHI DI COMUNICAZIONE ALL'AGCM

L'art. 3 introduce un nuovo adempimento preventivo.

Comunicazione preventiva

Almeno quindici giorni prima dell'immissione in commercio del prodotto, deve essere trasmessa all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato una comunicazione contenente:

- i dati previsti dall'art. 2;
- il termine entro il quale sarà effettuato il versamento delle somme raccolte.

Comunicazione successiva

Entro tre mesi dalla scadenza del termine di versamento deve essere comunicata all'AGCM l'effettiva esecuzione del versamento in favore del beneficiario.

8. CONTROLLI E REGIME SANZIONATORIO

La competenza per i controlli è attribuita all'AGCM.

Sanzioni amministrative

Salvo che il fatto costituisca reato o pratica commerciale scorretta ai sensi del Codice del consumo, la violazione degli obblighi previsti dagli artt. 2 e 3 comporta una sanzione amministrativa da euro 5.000 a euro 50.000. La misura è determinata tenendo conto del prezzo di listino di ciascun prodotto e del numero delle unità poste in vendita.

Sanzioni reputazionali

L'AGCM può inoltre:

- pubblicare il provvedimento sanzionatorio;
- imporre la pubblicazione sul sito internet del professionista;

- imporne la pubblicazione sui social network;
- imporne la diffusione tramite quotidiani o altri mezzi di comunicazione.

La mancata pubblicazione comporta un'ulteriore sanzione da euro 5.000 a euro 50.000.

Cogliamo l'occasione per porgere cordiali saluti.

TCA - Triberti Colombo & Associati