

Ai Sig.ri Clienti
Loro Sedi

OGGETTO: VENDITE IN BENEFICENZA, LEGGE IN GAZZETTA: OBBLIGHI DAL 21 LUGLIO 2026

La [Legge 19 giugno 2026, n. 120](#) è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 154 del 6 luglio 2026 ed è entrata in vigore il 21 luglio 2026. Il testo impone a produttori e professionisti nuovi obblighi di trasparenza quando la vendita di un prodotto prevede la devoluzione di (parte dei) proventi a enti del Terzo settore, ONLUS, enti religiosi ecc. Il mancato rispetto degli obblighi comporta sanzioni da 5.000 a 50.000 euro. In questa scheda riepiloghiamo la disciplina.

VENDITE IN BENEFICENZA, LEGGE IN GAZZETTA: GLI OBBLIGHI DAL 21 LUGLIO 2026	
A CHI SI APPLICA LA NORMA E QUALI PRODOTTI COINVOLGE	La legge 120/2026, nota come "Ddl Beneficenza" o "Ddl Ferragni", per il caso mediatico da cui ha preso origine, affronta le vendite in beneficenza, introducendo nuovi obblighi. La legge disciplina la pubblicità e le informazioni dovute ai consumatori per prodotti i cui proventi siano in parte destinati ai soggetti di tutte le principali categorie di enti del Terzo Settore. Ai fini della disciplina, gli obblighi non riguardano soltanto il soggetto che vende materialmente il prodotto, ma anche il professionista che ne promuove l'acquisto. Rientrano quindi tra i soggetti potenzialmente coinvolti il produttore, il venditore e chi realizza la comunicazione commerciale, compresa la pubblicità svolta mediante influencer marketing. La responsabilità concreta deve essere valutata in relazione al ruolo svolto da ciascun soggetto nella campagna. Rientrano nella disciplina anche i soggetti esteri con finalità analoghe. Sono esclusi dall'ambito di applicazione gli enti non commerciali non partecipati, direttamente o indirettamente, dagli stessi produttori o professionisti, così come le raccolte fondi disciplinate dall'art. 7 del Codice del Terzo settore e quelle effettuate da confessioni religiose con intesa o accordo con lo Stato.
CAMPAGNE GIÀ IN CORSO AL 21 LUGLIO 2026	E' importante sottolineare che i nuovi obblighi non si applicano alle promozioni, alle vendite e alle forniture di prodotti già in corso alla data di entrata in vigore della legge. Per le nuove campagne avviate dal 21 luglio 2026 trovano invece applicazione gli obblighi informativi e di comunicazione all'AGCM.

LE INFORMAZIONI OBBLIGATORIE IN ETICHETTA E IN PUBBLICITÀ - ESEMPIO	L'art. 2 della legge impone di indicare, in aggiunta al prezzo, tre elementi: <table border="1"> <tr> <td>1</td><td>il soggetto beneficiario</td></tr> <tr> <td>2</td><td>la finalità a cui saranno destinati i proventi</td></tr> <tr> <td>3</td><td>la quota percentuale del prezzo (o l'importo) devoluta per ogni unità di prodotto venduta</td></tr> </table> Le informazioni devono essere presentate in modo chiaro, semplice, facilmente comprensibile e con adeguata evidenza grafica. Non è quindi sufficiente che i dati siano formalmente presenti: essi devono risultare immediatamente individuabili dal consumatore, senza rinvii generici, formulazioni ambigue o caratteri scarsamente leggibili ESEMPIO Un'azienda vende una felpa a 40 euro e devolve 2 euro per capo a una fondazione di ricerca oncologica. In etichetta, sulla targhetta o nel materiale del punto vendita dovranno comparire tutti e tre gli elementi insieme: il nome della fondazione, la finalità ("<i>finanziamento di borse di ricerca in oncologia</i>") e l'importo per unità (2 euro), oppure, in alternativa, la sua incidenza percentuale sul prezzo (5%). La legge lascia scegliere tra le due modalità di indicazione dell'entità della devoluzione, ma richiede sempre la compresenza degli altri due elementi. L'adempimento può avvenire ◆ In etichetta, tramite targhetta cartacea o adesiva sulla confezione, oppure ◆ attraverso materiali informativi esposti nei punti vendita, purché con chiarezza ed evidenza grafica adeguata. Il medesimo obbligo si estende alle comunicazioni commerciali e alla pubblicità del prodotto, incluso il marketing svolto tramite influencer: chi promuove il prodotto, non solo chi lo vende, è tenuto a fornire le stesse informazioni.	1	il soggetto beneficiario	2	la finalità a cui saranno destinati i proventi	3	la quota percentuale del prezzo (o l'importo) devoluta per ogni unità di prodotto venduta
1	il soggetto beneficiario						
2	la finalità a cui saranno destinati i proventi						
3	la quota percentuale del prezzo (o l'importo) devoluta per ogni unità di prodotto venduta						
COMUNICAZIONI OBBLIGATORIE ALL'AGCM: TEMPISTICA IN ATTESA DELLE MODALITÀ	L'art. 3 introduce un doppio adempimento verso l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, scandito da due scadenze distinte: <table border="1"> <tr> <td>almeno 15 giorni prima dell'avvio della vendita</td><td>comunicare all'AGCM le informazioni di cui all'art. 2, comma 2 (beneficiario, finalità, quota) e il termine entro cui sarà eseguito il versamento all'ente beneficiario</td></tr> </table>	almeno 15 giorni prima dell'avvio della vendita	comunicare all'AGCM le informazioni di cui all'art. 2, comma 2 (beneficiario, finalità, quota) e il termine entro cui sarà eseguito il versamento all'ente beneficiario				
almeno 15 giorni prima dell'avvio della vendita	comunicare all'AGCM le informazioni di cui all'art. 2, comma 2 (beneficiario, finalità, quota) e il termine entro cui sarà eseguito il versamento all'ente beneficiario						

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="434 183 794 338">entro 3 mesi dalla scadenza di quel termine</td><td data-bbox="794 183 1433 338">comunicare l'avvenuta esecuzione del versamento</td></tr> </table> Per le campagne stagionali o ricorrenti (Natale, Pasqua, giornate di sensibilizzazione), questo significa costruire un calendario di adempimenti a ritroso rispetto alla data di lancio, non solo rispetto alla data di vendita effettiva. Va evidenziato però che le modalità operative di invio (PEC, portale, modulo standardizzato) non sono state definite dalla legge. La comunicazione preventiva deve contenere le informazioni relative al soggetto beneficiario, ha la finalità della devoluzione, alla percentuale o all'importo destinato per ogni unità di prodotto e al termine entro il quale sarà effettuato il versamento. In presenza di più prodotti o referenze nell'ambito della stessa campagna, è opportuno indicare separatamente i dati relativi a ciascun prodotto, soprattutto quando variano il prezzo, la quota devoluta, il beneficiario o la finalità. In attesa di eventuali istruzioni operative dell'AGCM, non è possibile stabilire con certezza se debba essere trasmessa una comunicazione autonoma per ogni prodotto o se sia consentita una comunicazione unica contenente più referenze.	entro 3 mesi dalla scadenza di quel termine	comunicare l'avvenuta esecuzione del versamento
entro 3 mesi dalla scadenza di quel termine	comunicare l'avvenuta esecuzione del versamento		
SANZIONI: COME INCIDE IL VOLUME DI VENDITA SULL'IMPORTO	La violazione degli obblighi di cui agli artt. 2 e 3 comporta una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 50.000 euro, salvo che il fatto costituisca reato o pratica commerciale scorretta ai sensi del Codice del Consumo (in tal caso si applica quest'ultima disciplina, più severa). L'importo della sanzione è determinato tenendo conto del prezzo di listino del prodotto e del numero di unità poste in vendita. In pratica, questo significa che la stessa violazione produce un'esposizione sanzionatoria diversa a seconda della scala dell'operazione: una piccola produzione locale di poche centinaia di pezzi si collocherà presumibilmente nella parte bassa della forbice, mentre una campagna nazionale da decine di migliaia di unità a prezzo elevato espone al rischio della sanzione massima. La norma non fissa una formula di calcolo, ma il criterio dei due parametri (prezzo e volumi) va tenuto presente già in fase di pianificazione della campagna, non solo in caso di contestazione. L'AGCM pubblicherà inoltre i provvedimenti sanzionatori nel proprio bollettino settimanale e può imporre al trasgressore, a proprie spese, la pubblicazione del provvedimento su sito internet, social media e quotidiani.		

	L'inottemperanza a quest'obbligo genera un'ulteriore sanzione da 5.000 a 50.000 euro.
CHECK LIST OPERATIVA PER GLI ADEMPIMENTI	Si mette a disposizione una checklist operativa in PDF che riepiloga, in ordine cronologico, gli adempimenti previsti dalla Legge 120/2026: dalla verifica preliminare dell'ambito di applicazione, alla predisposizione delle informazioni in etichetta, fino alla comunicazione AGCM prevendita, al monitoraggio del versamento e alla seconda comunicazione entro 3 mesi. CHECK LIST OPERATIVA checklist operativa in PDF

Lo Studio è a disposizione per ogni chiarimento,
Distinti saluti