



8/6/2026 | IT

Comunicato stampa

Secondo i test dell’UE, le etichette dei capi di abbigliamento inesatte rappresentano un problema sistemico

L’analisi di 132 capi di abbigliamento durante una campagna dell’UE ha rilevato che le etichette non rispecchiavano correttamente i materiali utilizzati in 49 campioni (37%). La campagna di prove è stata organizzata dalla Direzione generale del Mercato interno, dell’industria, dell’imprenditoria e delle PMI (DG GROW) della Commissione europea.



In totale sono stati campionati 44 top, 36 capi di abbigliamento per bambini, 15 capi di abbigliamento sportivo, 12 capi di abbigliamento da notte, 5 sciarpe e 20 altri tipi di capi di abbigliamento. Erano realizzati in lana, cotone e fibre miste.

Sono stati riscontrati tre tipi principali di non conformità: le fibre erano indicate correttamente sulle etichette, ma la percentuale dichiarata non corrispondeva a quella effettiva. In secondo luogo, alcuni prodotti contenevano fibre diverse e più economiche di quelle dichiarate. Infine, su alcuni prodotti, le fibre sono state dichiarate o denominate in modo errato. Queste non conformità sono economicamente dannose e minano la fiducia dei consumatori.

Risultati contrastanti

I tassi di non conformità più elevati si sono registrati per sciarpe, top e abbigliamento per bambini, con rispettivamente l’80%, il 54% e il 25% dei campioni non conformi.

Per le altre categorie testate, i tassi di non conformità sono risultati inferiori: abbigliamento sportivo 13%, abbigliamento da notte 16% e altre categorie 40%.

I test sui tipi di fibre hanno mostrato che i campioni etichettati come contenenti una miscela di fibre naturali e artificiali hanno registrato il tasso di non conformità più elevato, pari al 64%, seguiti dai campioni etichettati come contenenti una miscela di fibre naturali con un tasso di non conformità del 46%. I campioni etichettati come 100% fibra naturale singola hanno registrato un tasso di non conformità del 15%. Le autorità di vigilanza del mercato (AVM) hanno sottolineato che queste non conformità comportano rischi economici significativi per i consumatori, minano la concorrenza leale e rendono difficile il riciclaggio, che richiede un’accurata identificazione delle fibre.

Campionamento a livello UE

Le AVM di Cipro, Danimarca, Finlandia, Germania, Italia, Lituania, Malta e Portogallo hanno acquistato 104 articoli nei negozi e 28 online.

Eseguiti presso un laboratorio accreditato in Italia, i test hanno rilevato un tasso di non conformità del 46% per gli acquisti online (compresi i siti web dei rivenditori) e del 36% per gli articoli acquistati nei negozi fisici.

Molti prodotti, soprattutto quelli importati da paesi non appartenenti all’UE/EFTA, erano privi delle informazioni di base relative al produttore, il che rende difficile l’applicazione delle norme o i richiami.

Azione correttiva

Le AVM hanno ordinato la sospensione delle vendite di 18 prodotti. Ai produttori di due prodotti è stato chiesto di adottare misure correttive, mentre per altri due prodotti è stato necessario procedere a una nuova etichettatura. Per tre prodotti, gli operatori economici sono stati invitati a contrassegnare i prodotti con le avvertenze appropriate. All’inizio di marzo 2026, sono in corso misure relative a 24 prodotti.

Sono stati registrati complessivamente 41 prodotti nel [Sistema di informazione e comunicazione per la vigilanza del mercato](#), la piattaforma dell’UE in cui le autorità di vigilanza del mercato condividono i risultati dei test sui prodotti e le non conformità riscontrate per coordinare l’applicazione delle norme e tenere fuori dal mercato i prodotti non alimentari non sicuri.

L’alto tasso di insuccessi suggerisce che l’etichettatura errata è molto diffusa, sottolineando l’importanza di continui test e la necessità di rendere l’industria consapevole dei propri obblighi di etichettatura. Quando acquistano capi di abbigliamento, i consumatori dovrebbero essere cauti nei confronti di prezzi molto bassi o di offerte che sembrano troppo belle per essere vere, e preferire i prodotti in cui il nome, l’indirizzo o il sito web del produttore sono menzionati sull’etichetta. Ciò garantisce la responsabilità e la tracciabilità.



Gli importatori, i distributori e i rivenditori dovrebbero verificare che le etichette e le marcature siano presenti su tutti gli articoli. Sia le aziende che le AVM devono garantire test rigorosi sugli indumenti finali e sui rotoli di tessuto.

“I consumatori e le imprese devono sapere che le etichette dei capi che acquistano forniscono un quadro veritiero della composizione delle fibre di tali capi. Le campagne di vigilanza del mercato aiutano a garantire che i consumatori ottengano ciò che pagano e a proteggere le imprese dalla concorrenza sleale”, ha dichiarato Vanessa Capurso, responsabile delle politiche della DG GROW.

La prova rientrava nell’ambito della campagna di ispezione Azioni congiunte sulla conformità dei prodotti (JACOP) 2025. L’abbigliamento era una delle 11 categorie di prodotti sottoposte a test.

Per maggiori informazioni, contattare: jacop2025@esn.eu.

https://single-market-economy.ec.europa.eu/single-market/goods/building-blocks/market-surveillance_en

DG GROW			
EISMEA			
