Il Codice del Consumo (D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206) nasce dall'esigenza di raccogliere in un unico testo le disposizioni sulla tutela del consumatore, che a causa della stratificazione normativa potevano risultare di difficile comprensione o reperibilità.

Il Codice del Consumo riunisce infatti in un unico testo le disposizioni di 21 provvedimenti (4 leggi, 2 DPR, 14 D.Lgs. e 1 regolamento di attuazione) sintetizzando in 146 articoli il contenuto di 558 norme.

I settori disciplinati dal Codice sono molteplici: etichettatura, sicurezza generale dei prodotti, pubblicità ingannevole e clausole abusive; vendite a domicilio, vendite a distanza, contratti turistici e multiproprietà, le garanzie dei beni di consumo e le azioni inibitorie.

Etichettatura

Per quel che concerne le indicazioni obbligatorie sulle etichette dei prodotti disponibili in commercio, il Codice affronta la problematica in due Parti distinte che, seppur aventi finalità diverse, all'atto pratico prescrivono all'incirca gli stessi requisiti.

Si fa riferimento alla Parte II, Titolo II "Informazioni ai Consumatori" e alla Parte IV, Titolo I "Sicurezza dei Prodotti".

La parte relativa alle informazioni ai consumatori (artt. 5-12), disciplina il contenuto minimo delle informazioni che devono essere rese disponibili da parte del produttore o importatore, le modalità di indicazione e il regime sanzionatorio applicabile.

È bene sottolineare che questa parte del Codice non è direttamente applicabile sui prodotti oggetto di specifiche disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento. Sono ad esempio esclusi:

- Giocattoli
- Dispositivi di Protezione Individuale
- Prodotti elettrici a bassa tensione
- Tessili
- Calzature

La parte relativa alla sicurezza dei prodotti (artt. 102-113) contenuta nel Codice del Consumo (in

quanto attuazione della direttiva 2001/95/CE), pur non essendo ancora ufficialmente abrogata, risulta oggi sostituita da quanto disciplinato nel Regolamento UE 2023/988 (che ha appunto abrogato la Direttiva 2001/95/CE) che risulta applicabile in Italia, senza obbligo di decreti di recepimento, a partire dal 13 dicembre 2024.

Tra le altre cose, il regolamento disciplina gli obblighi del produttore (o importatore) e del distributore, nonché dei fornitori di mercati online, ai fini della immissione sul mercato e circolazione di prodotti sicuri.

Tra le misure da adottarsi per consentire al consumatore di essere informato sui rischi connessi all'uso del prodotto e per intraprendere le iniziative opportune per evitare tali rischi, compresi il ritiro del prodotto dal mercato, il richiamo e l'informazione appropriata ed efficace dei consumatori, il Regolamento prevede degli specifici obblighi in merito all'etichettatura dei prodotti, che coinvolgono, a vario titolo, i diversi operatori:

Obblighi dei fabbricanti

Il fabbricante, definito come la persona fisica o giuridica che fabbrica un prodotto o lo fa progettare o fabbricare, e lo commercializza apponendovi il proprio nome o marchio, ha l'obbligo di produrre prodotti sicuri e per farlo deve effettuare una serie di attività connesse all'analisi dei rischi e alla valutazione di conformità dei propri prodotti, che si completa con la redazione di un fascicolo tecnico contenente la descrizione generale del prodotto e delle sue caratteristiche essenziali pertinenti per valutarne la sicurezza, nonché tutti i documenti pertinenti che comprovino l'analisi dei rischi connessi all'uso del prodotto, le soluzioni adottate per eliminare o attenuare tali rischi e l'elenco delle norme europee applicabili.

Uno degli obblighi del fabbricante, diretto specificatamente a informare il consumatore, consiste nel garantire che sui propri prodotti siano apposti:

- un numero di tipo, di lotto, di serie oppure qualsiasi elemento che consenta l'identificazione univoca;
- il proprio nome, denominazione commerciale registrata o marchio registrato;
- il proprio indirizzo postale ed elettronico;
- se diverso dal precedente, l'indirizzo postale ed elettronico del punto unico di contatto al quale può essere contattato;

Tutto questo serve per garantire la tracciabilità dei prodotti, che devono essere univocamente identificati e univocamente associati al suo produttore. E' bene sottolineare che per quanto riguarda i dati del fabbricante, non sono ammesse in sostituzione di nome e indirizzo: partite iva, numero di REA che per quanto univoci non risultano direttamente intellegibili dall'utente finale.

Ove il prodotto non possa essere utilizzato in sicurezza e come previsto dal fabbricante, senza un apposita indicazione, il fabbricante ha inoltre l'obbligo di accompagnare ogni esemplare del prodotto con istruzioni e informazioni chiare sulla sicurezza, in una lingua che possa essere facilmente compresa dai consumatori (in Italia obbligatoriamente l'italiano).

Obblighi degli importatori

L’importatore, definito come la persona fisica o giuridica stabilita nella Comunità europea che immette sul mercato comunitario un prodotto originario di un paese terzo, prima di immettere un prodotto in commercio deve verificare che il fabbricante si sia conformato all’obbligo di analisi e valutazione dei rischi (completata con la redazione di un fascicolo tecnico) e a quello dell’etichettatura (vedi sopra) ha inoltre l’obbligo di dotare ogni esemplare del prodotto immesso sul mercato di:

- il proprio nome, denominazione commerciale registrata o marchio registrato;
- il proprio indirizzo postale ed elettronico;
- se diverso dal precedente, l’indirizzo postale ed elettronico del punto unico di contatto al quale può essere contattato;

e di verificare (ove sia pertinente) la presenza di istruzioni e informazioni sulla sicurezza in una lingua comprensibile per i consumatori (in Italia obbligatoriamente l’italiano).

Obblighi del distributore

Il distributore, definito come la persona fisica o giuridica nella catena di fornitura, diversa dal fabbricante e dall’importatore, che mette a disposizione sul mercato un prodotto, rappresenta l’ultimo “filtro” di sicurezza, prima che il prodotto giunga al consumatore finale. In quanto tale ha l’obbligo di accertarsi prima di mettere un prodotto a disposizione del mercato, che questo sia conforme sotto il profilo dell’etichettatura, cioè che gli operatori che lo hanno preceduto si siano conformati alle prescrizioni che li riguardano. Pur non avendo dunque responsabilità diretta sul contenuto delle informazioni presenti, deve garantire che queste siano presenti, opponendosi alla distribuzione di prodotti non conformi, ed eventualmente segnalando le irregolarità riscontrate all’Autorità di vigilanza, pena l’assoggettabilità al regime sanzionatorio applicabile, al pari del produttore/importatore, ciascuno per il proprio ambito di competenza.

Vale la pena infine sottolineare che qualora un soggetto immetta o metta a disposizione sul mercato un prodotto con il proprio nome o marchio commerciale o modifichi un prodotto già immesso sul mercato in modo da condizionarne la conformità, deve attenersi in ogni caso agli obblighi spettanti al fabbricante (che riguardano anche tutte le procedure relative alla valutazione della sicurezza del prodotto, oltre che l’etichettatura). Quindi un importatore o un distributore, che per motivi commerciali ha richiesto al produttore originale di omettere i propri estremi sul prodotto, lasciando indicati solo i propri, per legge si assume la totale paternità del prodotto e con essa anche gli oneri in termini di sicurezza, che sono normalmente in carico al fabbricante.

Normativa comunitaria:
Regolamento (UE) 2023/988

Normativa Nazionale:
Codice del Consumo (formato PDF - dimensione 388 Kb)

Data di redazione: 30/12/2024

Contatti

Metrologia legale e sicurezza prodotti (ex ufficio metrico)

Indirizzo

Piazza dei Giudici, 3 - 50122 Firenze

Telefono

055.23.92.146

Email

attivita.ispettive@fi.camcom.it

Orari

su appuntamento dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 12.30 e dalle 14.00 alle 15.00

Ultima modifica

Lun, 30/12/2024 - 13:39

Condividi Condividi

- Facebook Facebook
- Twitter
- LinkedIn LinkedIn
- Whatsapp Whatsapp
- Telegram

Vedi azioni Vedi azioni

- Stampa Stampa
- Invia Invia