

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO
Dipartimento per l'Impresa e l'Internazionalizzazione
Direzione generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore, la vigilanza e la normativa tecnica.

CODICE DEL CONSUMO

Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206
e successive modificazioni

Coordinato con l'articolo 19 della legge 6 febbraio 2007, n. 13, con il decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146, con il decreto legislativo 23 ottobre 2007, n. 221 e con l'articolo 2, commi 445,446,447,448 e 449 della legge 24 dicembre 2007, n. 244 (legge finanziaria 2008)

PREMESSA

Prima della pubblicazione del decreto legislativo n. 206 del 2005 la struttura normativa italiana in materia di diritti dei consumatori e degli utenti rispetto a quella dei Paesi dell'Unione europea risultava eccessivamente frammentata, mentre l'orientamento in ambito comunitario era quello di armonizzare e coordinare in modo sistematico tutte le regole applicabili.

In tale ottica si è inserito il Codice del Consumo che racchiude tutte le norme riguardanti il coinvolgimento del consumatore in relazioni giuridiche con i soggetti della catena di produzione e distribuzione di prodotti e servizi.

Uno degli aspetti innovativi introdotti con il Codice è la **tutela del consumatore** realizzata, in modo preventivo, attraverso l'integrazione della normativa vigente con i principi basilari **dell'educazione del consumatore** stesso.

Nello specifico come "educazione del consumatore" si vuole intendere quella serie di processi attraverso i quali il consumatore stesso **apprende il funzionamento del mercato, migliorando la sua capacità di agire come acquirente e consumatore di beni.**

In particolare si vuole realizzare un processo informativo che non si limita al singolo bene di una specifica marca o al servizio fornito da una determinata impresa, ma alla categoria generale alla quale il bene o il servizio appartiene.

L'intendimento del legislatore è quello di evidenziare quali aspetti dell'offerta devono essere esaminati al fine di una più attenta valutazione delle prestazioni del prodotto. Educare il consumatore significa **semplificare le caratteristiche tecniche** di un prodotto o di un servizio che rendono **percepibili e misurabili gli elementi qualificativi degli stessi, nonché il loro perdurare nel tempo e durante l'uso.**

FINALITA'

- assicurare che tutti i **prodotti** destinati ai consumatori finali siano **sicuri**;
- rafforzare gli **obblighi** dei produttori, importatori e distributori nel fornire alle autorità informazioni adeguate sui rischi legati ai prodotti e di ridurre, se non eliminare totalmente, i prodotti pericolosi;
- implementare la creazione e l'utilizzo di **norme tecniche** per gestire gli aspetti della sicurezza dei prodotti;
- realizzare un sistema di **scambio di informazioni** tra autorità di controllo e soggetti interessati;
- migliorare la **sorveglianza del mercato**.

Per realizzare l'**obiettivo** di immettere sul mercato solo prodotti sicuri si deve intervenire:

- **responsabilizzando** tutta la filiera, dalla produzione alla distribuzione;
- migliorando **l'informazione**, sia a monte che a valle del processo di realizzazione e scambio dei prodotti,
- l'individuando ed eliminando i **rischi** non necessari nella produzione e nell'uso dei prodotti;
- assicurando la **conformità dei prodotti** a norme cogenti, norme tecniche, raccomandazioni comunitarie, codici di buona condotta , migliori tecniche disponibili.

CONTENUTI E STRUTTURA

Il Codice del Consumo, dopo una premessa relativa a disposizioni di carattere generale sui diritti dei consumatori, tratta la fase che precede la costituzione del rapporto di consumo, istituito tra consumatore o utente da un lato e il produttore di beni e servizi e i suoi intermediari, dall'altro. Tale fase è centrata prevalentemente **nell'educazione del consumatore** in senso stretto, nella sua **informazione** e sulla pubblicità commerciale. Vengono poi trattate la conclusione del rapporto, funzionale alla circolazione dei beni e servizi, le disposizioni concernenti la **sicurezza e la qualità dei prodotti** e servizi, mentre nella parte finale sono esaminate la posizione giuridica delle associazioni dei consumatori e la disciplina del relativo accesso alla giustizia.

Il Codice del Consumo si compone di 146 articoli, suddivisi in sei parti.

Di interesse per il settore esaminato:

Parte I (articoli da 1 a 3) contiene disposizioni di carattere generale e fornisce alcune definizioni di uso frequente (concetti giuridici usati nella normativa oggetto del riassetto). Nel riprendere l'articolo 1 della legge 281 del 1998 integrato con un riferimento alla Costituzione e all'articolo 153 del trattato CE, vengono individuati oggetto e finalità del Codice: armonizzare e riordinare la normativa concernente non solo il rapporto di consumo in senso stretto, cioè dell'acquisto e del consumo, ma

anche tutte le fasi precedenti, quali l'informazione e la pubblicità - e successive al contratto quali il recesso o il risarcimento.

Parte II (articoli da 4 a 32) riguarda ***l'educazione del consumatore, l'informazione e la pubblicità***. Essa comprende tutte le attività che, ancor prima della specifica fase della informazione precontrattuale, pongono il consumatore in grado di ottenere una corretta conoscenza del bene da acquistare. La completa cognizione, a sua volta, passa necessariamente attraverso l'informazione, l'educazione e la pubblicità. Solo una accurata e corretta informazione può fornire gli elementi basilari per apprezzare i fattori che costituiscono la qualità e il prezzo del prodotto, assicurando al meglio le possibilità per una scelta consapevole da parte del consumatore/utente.

Lo squilibrio tra l'informazione del professionista rispetto a quella offerta al consumatore viene ridotto attraverso una sistematica riorganizzazione della normativa riguardante le informazioni dirette al consumatore. Con particolare riguardo alle ***etichette, diciture, documentazione*** allegata al prodotto, l'indicazione – in modo visibile e comprensibile – dei prezzi per unità di misura ed il controllo della correttezza dei messaggi pubblicitari. L'informazione del consumatore è richiamata anche nelle disposizioni del Codice che riguardano la sicurezza e la qualità del prodotto, dal momento che il consumatore deve avere piena cognizione dei ***rischi inerenti l'uso del prodotto*** e delle caratteristiche che questo presenta, sia per poter essere utilizzato con il maggior profitto, sia per prevenire eventuali danni derivanti dal suo utilizzo.

Parte IV (articoli da 102 a 135) riguarda la ***sicurezza e la qualità dei prodotti*** dove vengono raccolte e coordinate le disposizioni in materia di sicurezza dei prodotti, responsabilità per danno da prodotti difettosi e di garanzia legale di conformità e garanzie commerciali per i beni di consumo.

ASPETTI INNOVATIVI

Con il decreto legislativo n. 206 del 6 settembre 2005 si è inteso migliorare l'efficacia del controllo del mercato introducendo nelle procedure di coordinamento e di organizzazione delle azioni correttive del mercato, ***l'obbligo per i fabbricanti e distributori di provvedere al ritiro ed al richiamo dei prodotti pericolosi***.

La ***responsabilità*** della sicurezza dei prodotti non rimane più in capo al solo produttore, ma si estende anche ad altri operatori della catena commerciale. Il decreto fornisce elementi per una caratterizzazione più precisa dei soggetti coinvolti nel processo di commercializzazione, a partire dalla progettazione e fabbricazione del prodotto fino alla cessione diretta al consumatore finale. Ne consegue una diversa ***gerarchia del grado di responsabilità*** in capo ad ognuno di tali soggetti, chiamanti tutti a rispondere a norma di legge del proprio operato (sanzioni amministrative).

Il **fabbricante** è il soggetto che incide sulla sicurezza del prodotto in quanto responsabile della progettazione e della fabbricazione. Le stesse responsabilità che ricadono sul fabbricante sono in capo anche a qualsiasi persona fisica o giuridica che assembla, imballa, lavora o etichetta prodotti già pronti e li immette sul mercato a suo nome. Nel caso di un subappalto il fabbricante mantiene tutte le sue responsabilità non potendole trasferire né al rappresentante autorizzato, né ad un distributore o rivenditore al dettaglio o all'ingrosso. Qualora il fabbricante non sia stabilito all'interno della Comunità europea, può nominare una persona fisica o giuridica che agisca per suo conto in qualità di rappresentante autorizzato stabilito nella Comunità. Il fabbricante è tenuto a sottoscrivere, in modo chiaro ed in forma scritta, le funzioni tecniche ed amministrative che ha delegato al soggetto di sua fiducia. Questo può, a sua volta, fungere anche da subappaltatore: in questa veste può partecipare alla progettazione ed alla fabbricazione del prodotto, a condizione che il produttore mantenga il controllo globale del prodotto. Analogamente può fungere da importatore o da responsabile dell'immissione nel mercato, in tal caso le sue responsabilità vengono estese.

Altra figura fondamentale è quella dell'**importatore**: persona fisica o giuridica, stabilita nella Comunità, che immette nel mercato comunitario un prodotto proveniente da un paese terzo. L'importatore, nel caso in cui il fabbricante non sia stabilito nella Comunità e non abbia un rappresentante autorizzato, è tenuto a fornire alle Autorità di controllo che lo richiedano tutte le informazioni che si rendano necessarie. E' cura dell'importatore assicurarsi che i documenti siano disponibili per l'Autorità richiedente, se del caso mediante garanzia sottoscritta dal fabbricante.

Per **distributore** s'intende la persona fisica o giuridica che provvede alle azioni commerciali successive all'immissione nel mercato del prodotto all'interno della Comunità. Si tratta di un operatore economico che non incide sulle caratteristiche di sicurezza del prodotto. Il distributore, così come i rivenditori all'ingrosso o al dettaglio, non deve avere necessariamente un rapporto privilegiato con il fabbricante: una volta che il prodotto è disponibile sul mercato comunitario, può agire sia per conto del fabbricante che per se stesso. Per questo il distributore deve disporre delle conoscenze giuridiche minime necessarie per assicurarsi della conformità del prodotto ai requisiti generali di sicurezza. In particolare è tenuto a non fornire prodotti che, in base alle informazioni in suo possesso e all'esperienza professionale, presume (o sa) essere non conformi. L'importatore è inoltre tenuto a collaborare con le Autorità di controllo nelle azioni adottate per evitare o ridurre i rischi e nel controllo della sicurezza dei prodotti immessi sul mercato, fornendo informazioni sui rischi connessi al prodotto.

Qualora si tratti di prodotti che possono essere assemblati è il **responsabile dell'assemblaggio** a garantire che il prodotto, al momento del suo primo utilizzo nel mercato comunitario, sia conforme ai requisiti essenziali di sicurezza. Va precisato che tale principio si applica quando l'assemblaggio finale ha ripercussioni sulla conformità del prodotto.

Con l'introduzione della procedura del ***ritiro volontario del prodotto dal mercato ed il richiamo dai consumatori*** viene promosso un ruolo più attivo per i produttori e per i distributori, implementando la loro collaborazione con le autorità competenti. Queste azioni, volte a risanare il mercato e realizzate su base volontaria, non devono comportare oneri eccessivi per coloro che le realizzano in adempimento dei nuovi obblighi d'informazione e di collaborazione.

Il legislatore ha inoltre previsto la possibilità che il prodotto sia ***"tracciabile"***, vale a dire che sia possibile ricostruirne la storia commerciale per risalire al responsabile della sua immissione sul mercato. Per questo è introdotto l'obbligo di fornire informazioni che comprendano dati identificativi del produttore e del prodotto (codice del prodotto, lotto di appartenenza, ecc), caratteristiche costruttive e funzionali, avvertenze e precauzioni d'uso ed ancora, per i casi di pericolosità intrinseca del prodotto stesso. Nel decreto legislativo sono introdotti obblighi per quanto riguarda la ***lingua*** da utilizzare al fine di rendere più chiare e comprensibili al consumatore le avvertenze riguardanti i rischi.

Allo stesso ***consumatore*** viene riconosciuto un ruolo più attivo, passando da semplice soggetto "passivo" da tutelare a quella di soggetto critico che deve valutare, al momento della scelta del prodotto, una serie di elementi quali, ad esempio, l'utilizzo della lingua italiana, o la presenza di una etichetta di composizione o di manutenzione.

Con il ***richiamo volontario*** del prodotto viene riconosciuto al produttore un ruolo di responsabilità attiva nel processo di controllo del mercato. La verifica effettuata dal fabbricante sulla sua produzione mediante controlli a campione sui prodotti commercializzati, il richiamo mirato di un lotto di prodotti, come anche l'esame dei reclami e la tenuta di un registro degli stessi sono alcuni degli elementi che caratterizzano il nuovo profilo di responsabilità in capo al produttore.