



Ministero
dello Sviluppo Economico

**Intervista
al Ministro Bersani**

Più Europa nelle banche
il Presidente dell'Antitrust Antonio Catricalà

Incentivi al credito
Il Fondo di garanzia
a pagina 8

Raccolta dei rifiuti
Dalla Tarsu alla Tari
a pagina 28

Codice del consumo
Intervista a Liliana Rossi Carleo
a pagina 38

Lotta alla contraffazione
Arriva Falstaff
a pagina 44

Documenti
Le Garanzie post-vendita
a pagina 60



INTERVISTA

Parla il Ministro Bersani Le prospettive del cambiamento	2
--	---

INTERVENTO

Antitrust e servizi bancari Riforma del risparmio: più Europa nelle banche	4
Avviata a giugno una campagna di comunicazione Il Fondo di garanzia, un nuovo incentivo al credito	8

ATTIVITÀ DELLA DGAMTC

Appuntamenti esteri Le attività internazionali Dgamtc: l'Ocse per i consumatori	14
---	----

CONSUMATORI

Il nuovo Ministro incontra il Cncu Dal primo contatto emergono risultati promettenti	16
In arrivo il riconoscimento al portale Cncu Tuttoconsumatori.it: accessibilità a portata di click	20
Ecco i requisiti imposti dalla Legge Stanca I 22 modi del web per essere accessibile	24

MERCATO

Il costo della raccolta dei rifiuti Tarsu versus Tari: dalla Tassa alla Tariffa	28
Analisi della distanza sociale fra individui Saggio sulle classi di consumatori in onore di Paolo Sylos Labini	34
Intervista a Liliana Rossi Carneo Il Codice del consumo: strumento per fare chiarezza	38
Accordo fra Agenzia delle dogane e Dgamtc Falstaff, la banca dati per la lotta alla contraffazione	44

PRODOTTI

Una nuova pubblicazione della Dgamtc Sicurezza e parchi gioco una guida per stare tranquilli	46
Novità in arrivo per i consumatori e gli utenti Beni culturali e turismo aperti due Tavoli di lavoro	50
Al vaglio nuove norme per la metrologia Gamme dei confezionati in attesa di un riesame	52
Due progetti operativi tra Dgamtc e Gdf Luci e giocattoli stop alle importazioni illegali	54
Prodotti dolciari da forno Le novità normative per le etichette	56

DOCUMENTAZIONE

Una pubblicazione confronta gli ordinamenti Garanzie post-vendita, le 15 strade dell'Europa unita	60
Il sito del Cncu www.tuttoconsumatori.it guida alla consultazione	80

Parla il Ministro Bersani: le prospettive del cambiamento

intervista

La concorrenza è una linea guida che vogliamo perseguire, anche perché costituisce un importante veicolo per stimolare la capacità di innovazione ed efficienza delle imprese. Incrementare la concorrenza significa anche far crescere l'equità sociale, perché, offrendo maggiore possibilità di scelta ai consumatori, rafforza il loro potere d'acquisto

Da Ministero delle Attività Produttive a Ministero dello Sviluppo Economico: qual è il senso concreto di questo cambiamento?

Il ministero ha cambiato nome per la volontà di focalizzare l'attenzione sulle politiche di natura orizzontale, che sono cruciali anche per lo sviluppo di settori tradizionalmente di competenza di questo ministero. Fattori quali ricerca, innovazione, programmazione dei fondi comunitari, competitività del sistema economico e concorrenza sono, infatti, tutti elementi determinanti per lo sviluppo economico. Lo sviluppo economico, naturalmente, non può prescindere da una politica energetica, industriale e per i servizi, adeguate alle sfide che abbiamo davanti.

La situazione italiana dimostra che liberalizzare i servizi non vuol dire automaticamente eliminare le rendite di posizione. Quale sarà la politica del nuovo governo per aumentare la concorrenza?

Innanzitutto c'è un problema di metodo, vale a dire c'è l'esigenza di creare all'interno del governo un presidio organizzato capace di assicurare alla politica per la concorrenza un approccio strutturale e organico rimanendo in ascolto permanente delle indicazioni che, nella sua autonomia, l'Antitrust formula costantemente. L'intervento pubblico per assicurare un corretto ed efficiente funzionamento dei mercati non si esaurisce, comunque, con le liberalizzazioni (certamente imprescindibili), ma è parte di un impegno permanente in funzione di una maggiore concorrenza che richiede continui interventi di nuova regolazione, programmazione e monitoraggio dei mercati. La concorrenza è una linea guida che vogliamo perseguire, anche perché costituisce un importante veicolo per stimolare la capacità di innovazione ed efficienza delle imprese. Non solo. Incrementare la concorrenza significa anche far crescere l'equità sociale, perché, offrendo maggiore possibilità di scelta ai consumatori, rafforza il loro potere d'acquisto.

Ma equità sociale vuol dire anche aprire le porte a chi sta ancora fuori. Per intenderci, chi ha un progetto o un'idea deve essere messo in grado di provarci. A conferma del fatto che non basta liberalizzare, ricordo che l'Autorità garante ha inviato nel solo 2005 ben 40 segnalazioni a Parlamento e Governo, per la maggior parte rimaste inascoltate.

Cosa si intende per interventi di nuova regolazione?

Sono necessari interventi puntuali per evitare le singole distorsioni. In altre parole, occorre eliminare i vincoli normativi e amministrativi che costituiscono restrizioni allo sviluppo di una sana concorrenza in vari comparti del settore dei servizi.

Quali proposte segneranno il cammino per una nuova attenzione ai bisogni dei cittadini, consumatori e utenti?

Innanzitutto non si tratta di "nuova attenzione". Vorrei ricordare che il processo di crescita culturale nei confronti degli interessi dei consumatori è iniziato da tempo e si è consolidato non solo grazie all'impegno e alle battaglie delle associazioni dei consumatori, ma anche per lo straordinario sforzo che il legislatore italiano, anche sotto la spinta dell'Unione europea, ha compiuto nella seconda metà degli anni '90. Cito, su tutte, la legge quadro 281 del '98 sui diritti dei consumatori che ha fornito loro strumenti di tutela collettiva e di rappresentanza. Ora certamente bisogna andare avanti. Il primo intervento sul quale si concentrerà l'attenzione del mio ministero è certamente l'introduzione della *class action* sulla quale stiamo già lavorando, riprendendo anche il lavoro svolto nella passata legislatura, ma rimasto incompiuto. Naturalmente, come mi viene sollecitato dalle stesse associazioni, si va incontro agli interessi dei consumatori migliorando l'accessibilità ai servizi in termini di prezzi e qualità in tutti quei settori in cui il grado di concorrenza è più basso rispetto agli altri paesi europei.

Il 21 giugno ha avuto il primo incontro informale con i consumatori. Quali temi avete affrontato?

L'occasione è servita per rilanciare un confronto permanente sui temi prioritari relativi alla tutela degli interessi dei consumatori. Le associazioni hanno evidenziato gli interventi che ritengono più urgenti per rafforzare la condizione del consumatore nel mercato: introduzione della *class action*, costi energetici, applicazione dell'indennizzo diretto nell'Rc Auto; eliminazione di rendite corporative nel settore dei servizi; maggiore rappresentatività delle associazioni dei consumatori. Io ho raccolto i contributi di ogni associazione e ho sottolineato la centralità del loro ruolo per ridurre le asimmetrie del mercato, ponendo l'accento sul fatto che il ministero punta a essere un luogo di osservazione globale del mercato. Un luogo che, mettendo insieme produzione, lavoro, commercializzazione e consumo, sia in grado di elaborare politiche orizzontali per la crescita economica, la concorrenza e la trasparenza del mercato.

Quando vi rivedrete?

A luglio in vista del dibattito parlamentare sui contenuti del Dpef.



Il Ministro dello Sviluppo Economico, Pierluigi Bersani



ANTITRUST E SERVIZI BANCARI

Riforma del risparmio: più Europa nelle banche

di ANTONIO CATRICALA

Per l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato il 2006 ha rappresentato la fine di un'anomalia legislativa nata con la sua legge istitutiva che, in controtendenza rispetto a tutti gli altri Paesi europei, affidava all'Autorità di vigilanza, vale a dire alla Banca d'Italia, la tutela della concorrenza nel sistema bancario.



Il Presidente dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Antonio Catricalà

Con l'entrata in vigore della legge n. 26 del 28 dicembre 2005, meglio nota come "Riforma del Risparmio" tale anomalia è stata corretta e dal 16 gennaio 2006 l'Autorità che ho l'onore di presiedere è finalmente responsabile del rispetto delle regole di concorrenza da parte delle banche.

Non si tratta di un compito facile. Certo, "la foresta pietrificata" descritta

nel 1988 da Giuliano Amato si è profondamente trasformata, ma rimangono aree di opacità che si riflettono nei comportamenti delle banche nei confronti dei consumatori.

Proprio per questo il primo atto dell'Autorità, non appena entrata in vigore la legge sul risparmio, è stato l'avvio di un'indagine conoscitiva per accertare tipologie e entità dei prezzi applicati alla clientela per i servizi bancari. Il nostro intento è quello di verificare innanzitutto se il livello dei prezzi segnali uno scarso confronto competitivo tra le banche. Se così fosse, la presenza di deboli spinte concorrenziali nel mercato si tradurrebbe inevitabilmente in un danno per i consumatori.

I primi risultati dell'indagine hanno già evidenziato con chiarezza alcuni nodi che dovranno essere sciolti. È stata innanzitutto riscontrata la difficoltà, per la clientela bancaria, di conoscere le variazioni contrattuali e di comprenderne concretamente l'entità e l'impatto sulla spesa complessiva di tenuta del conto corrente.

Un secondo elemento emerso dai primi risultati dell'indagine conoscitiva riguarda poi gli ostacoli esistenti alla ricerca di condizioni di offerta alternative in tempi rapidi e con costi contenuti: le condizioni contrattuali di conto corrente presentano, infatti, una elevata eterogeneità nelle voci di costo, tali da rendere di difficile

Al sistema bancario non chiediamo rivoluzioni: i privilegi di cui gode non trovano analogie né nella normativa né nella prassi prevalente a livello internazionale

lettura il contenuto dei singoli contratti offerti dalle banche, limitando quindi la possibilità di comparare le diverse proposte contrattuali.

Pesa inoltre, sull'effettiva libera scelta del cliente, l'impossibilità di fare affidamento su un contratto con condizioni contrattuali con durata minima nota: la molteplicità delle variazioni unilaterali comunicate dalle banche crea uno stato di incertezza sulla permanenza delle condizioni contrattuali prescelte che disincentiva la ricerca e il passaggio a migliori offerte alternative, che potrebbero anch'esse non essere durature.

Si tratta di questioni direttamente connesse alla modifica dell'articolo 118 del Testo Unico Bancario (T.U.B.), chiesta dall'Autorità con una segnalazione al nuovo Parlamento e al nuovo Governo appena insediatisi e sulla quale mi soffermerò in seguito. Tuttavia le pur necessarie e urgenti modifiche normative non esauriscono gli interventi necessari per conseguire la piena tutela del consumatore/cliente bancario: rileva ugualmente l'insufficienza di trasparenza e la chiarezza dell'informativa bancaria.

Last but not least, l'indagine ha evidenziato l'esistenza di un oggettivo disincentivo al trasferimento verso altra banca per la difficoltà di esercitare il recesso con tempi e costi contenuti: i tempi e i costi di trasferimento del rapporto di conto corrente risultano strettamente dipendenti da numerosi diversi altri servizi offerti al correntista dalla medesima banca (domiciliazione delle utenze, carta di credito, eventuali finanziamenti e mutui, conto titoli, ecc.), ognuno dei quali, pur basandosi su un singolo rapporto contrattuale, cessa di regola di essere erogato in caso di recesso dal contratto di conto corrente. L'ulteriore incremento dei tempi e dei costi di uscita risulta spesso frutto di una scelta strategica delle banche che mina alla radice la stessa possibilità di mobilità dal lato della domanda.

Le questioni evidenziate sono, come è evidente, strettamente correlate con la disciplina vigente dello *ius variandi*, che consente alle banche di modificare le condizioni contrattuali applicate alla clientela tramite comunicazioni in Gazzetta Ufficiale e ai clienti di esercitare il diritto di recesso solo nei 15 giorni successivi alla pubblicazione. In più occasioni ho affermato che queste disposizioni sono da modificare, anche alla luce delle nuove tutele previste dal codice del consumo per i contratti di natura finanziaria, tra i quali pos-

Il diritto della concorrenza

**CHE COS'È
E COSA FA
L'ANTITRUST**

Con il termine antitrust si definisce in primo luogo il complesso delle norme giuridiche che sono poste a tutela della concorrenza sui mercati economici. Questo complesso normativo, detto anche Diritto antitrust o Diritto della concorrenza, appresta una tutela di carattere generale al bene primario della concorrenza inteso quale meccanismo concorrenziale, impedendo che le imprese, singolarmente o congiuntamente, pregiudichino la regolare competizione economica adottando condotte che integrano intese restrittive della concorrenza, abusi di posizione dominante e concentrazioni idonee a creare o rafforzare una posizione dominante. In secondo luogo, per estensione, viene definito "antitrust" anche l'organo o autorità che vigila sull'osservanza e il rispetto di tali norme, cioè l'Autorità garante della concorrenza e del mercato.



Diritto Antitrust ORIGINI E STORIA

Le origini del diritto antitrust sono essenzialmente anglo-americane. Esse sono riconducibili allo *Sherman Antitrust Act*, la prima legge antitrust, emanata dal Congresso degli Stati Uniti su proposta del senatore John Sherman nel 1890, ma concretamente applicata solo nel 1911 contro l'impero economico creato dal magnate Rockefeller e contro l'*American Tobacco Company*. In precedenza alcuni Stati della federazione degli Stati Uniti avevano adottato atti a tutela del solo commercio interno a ciascuno di essi. L'incremento delle concentrazioni, soprattutto in alcuni settori-chiave dell'economia americana, come i trasporti ferroviari, indusse il Congresso ad adottare lo *Sherman Act*, al fine di disciplinare il commercio anche tra i diversi Stati.

La sezione 1 dell'*Act* individuava le condotte contrastanti con la concorrenza e le relative sanzioni. Si prevedevano pene piuttosto elevate, a partire dalla multa di \$ 5.000, fino alla reclusione per un anno. Inoltre la legge autorizzava il governo federale ad avviare procedimenti contro le imprese che avessero messo in pericolo la concorrenza, anche se, per alcuni anni, tale potere di iniziativa non fu mai utilizzato per l'opposizione della Corte Suprema.

La tradizione antitrust americana ha influenzato profondamente l'Europa, che si è dotata di un corpo di norme giuridiche a tutela della concorrenza nel Trattato CE (articolo 81 e seguenti del Trattato).

sono collocarsi, a pieno titolo, i contratti bancari. A differenza dal codice, le norme del T.U.B. non contengono alcun riferimento al "giustificato motivo" che deve essere all'origine delle modifiche alle condizioni contrattuali e non prevedono un'informazione adeguata con congruo preavviso verso il cliente per l'esercizio del diritto di recesso, i cui tempi sono eccessivamente ridotti. In base al codice del consumo peraltro sono abusive, e quindi illecite, le clausole che impongono un significativo squilibrio a sfavore del consumatore nei diritti e negli obblighi derivanti dal contratto. Si tratta di tutele rafforzate di cui nel T.U.B., disciplina peraltro precedente all'entrata in vigore del codice del consumo, non c'è traccia. Nasce da qui l'esigenza di segnalare al Governo e al Parlamento come queste disposizioni favoriscano il mantenimento di una situazione nella quale le banche detengono un potere di mercato tale da poter praticare condizioni di offerta peggiori di quelle che si realizzerebbero in presenza di una dinamica competitiva.

Al sistema bancario non chiediamo rivoluzioni: i privilegi di cui gode non trovano analogie né nella normativa né nella prassi prevalente a livello internazionale. Solo qualche esempio. In Gran Bretagna il codice di autodisciplina adottato dalla *British Bankers'*

Association: il *Banking Code* prevede che la variazione debba essere annunciata al cliente almeno trenta giorni prima con comunicazione personale e nei sessanta giorni successivi il cliente può optare per un altro tipo di rapporto o estinguere quello esistente senza preavviso e spese aggiuntive. In Francia, per i conti di deposito, qualunque modifica deve essere comunicata per iscritto al cliente almeno tre mesi prima e, in mancanza di opposizione nei due mesi successivi, le modifiche si ritengono accettate. Ma in caso di modifica sostanziale della convenzione e, in particolare, delle tariffe applicate, il cliente può chiedere la chiusura o il trasferimento del proprio conto senza l'addebito di spese. Dunque, appunto, nessuna rivoluzione: solo un po' d'Europa in più anche nel rapporto tra consumatori e aziende di credito.

ANTONIO CATRICALÀ
Presidente dell'Autorità
Garante della Concorrenza e del Mercato

L'Autorità garante
della concorrenza
e del mercato

L'ANTITRUST IN ITALIA

L'Italia è arrivata in ritardo a realizzare un assetto normativo organico in materia di concorrenza, con la Legge 287/1990 (esattamente un secolo dopo lo Sherman Act), e principalmente perché costretta dalla normativa CEE.

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato vigila contro gli abusi di posizione dominante, e contro le intese e/o cartelli che possano risultare lesivi o restrittivi per la concorrenza. L'Autorità, in tali casi, può procedere a istruttorie o indagini conoscitive, che possono concludersi con una diffida o una sanzione amministrativa. Essa esercita inoltre una funzione di controllo anche su operazioni di concentrazione (fusione o *take-over*) che superino un certo valore; queste operazioni vanno comunicate all'Autorità, che ne valuterà l'impatto sul mercato.

Un altro compito di controllo è legato al divieto di pubblicità ingannevole. L'Antitrust dialoga con gli organi dello Stato attraverso una relazione annuale al Presidente del Consiglio dei Ministri; ha la possibilità di esprimere pareri sulle norme che regolano il mercato, nonché la possibilità di segnalare al Parlamento, al Governo e a enti territoriali le situazioni distorsive della concorrenza.



AVVIATA A GIUGNO UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Il Fondo di garanzia, un nuovo incentivo al credito

di GIOVANNA DI CAPUA



Comprare tutto e comprare a rate. Sembra l'imperativo che ha condizionato i consumi degli italiani negli ultimi anni. Dal 1999, la crescita del ricorso al credito al consumo si è attestata attorno a una media del 15% annuo, per toccare nel 2005, rispetto all'anno precedente, un picco del 20,8%. Un valore – quello riportato dall'ultimo rapporto Assofin-Crif-Prometeia, presentato il 13 giugno scorso – che appare decisamente alto, soprattutto se confrontato con il 4,5% della media europea.

Nessuna classe di reddito si sottrae a questa tendenza e così, fra coloro che richiedono denaro, una persona su cinque è al di sotto dei 20.000 euro di reddito annuo, una categoria spesso priva di garanzie reali e a cui banche e istituti non sempre concedono prestiti.

Per ovviare a queste situazioni è divenuto operativo dal settembre 2005 il Fondo di garanzia istituito dal Ministero dello Sviluppo Economico (ex Attività Produttive), a sostegno del credito al consumo e rivolto alle famiglie meno abbienti.

Come funziona

L'idea che sta alla base del Fondo è quella di incentivare l'accesso al microcredito da parte di tutti quei soggetti generalmente considerati con limitata affidabilità creditizia per gli acquisti a rate. L'adesione al Fondo, riservata esclusivamente alle banche e a società finanziarie che abbiano inviato all'Istituto per la promozione industriale (Ipi) lettera di accettazione delle modalità di gestione, tutela chi eroga prestiti a persone appartenenti a nuclei familiari con un reddito non superiore ai 15.000 euro l'anno, secondo l'Indicatore della situazione economica equivalente (ISEE). L'ISEE è un criterio che non tiene conto esclusivamente del reddito, ma lo pondera con la situazione familiare e patrimoniale del richiedente. La garanzia copre fino al 50% della somma richiesta e comunque per un importo massimo che non può superare i 3.000 euro per nucleo familiare, soglia che può essere raggiunta anche mediante più operazioni a favore del medesimo nucleo. Possono essere coperti dalla garanzia solo i prestiti che abbiano una durata compresa tra i 12 e i 48 mesi e con un Tasso annuo effettivo globale (il Taeg, cioè la percentuale annua del costo totale del credito a carico del consumatore) nei limiti degli importi fissati dal bollettino statistico della Banca d'Italia.

per ulteriori informazioni
giovanna.dicapua@attivitaproduttive.gov.it

Non possono fare richiesta di accesso al Fondo (oltre agli individui che abbiano riportato condanne definitive per reati connessi alla mafia, di riciclaggio o impiego di denaro o beni di provenienza illecita), coloro che appartengano a un nucleo familiare che abbia già raggiunto la predetta soglia dei 3.000 euro di garanzia o abbiano al loro interno un componente raggiunto da un'intimazione di pagamento per non aver onorato un altro prestito.

Il Fondo, gestito dal Mediocredito centrale e istituito con un decreto ministeriale nel dicembre 2003, è diventato pienamente operativo dal 19 settembre 2005. Può contare su una dotazione finanziaria di 34 milioni di euro, derivanti dal Fondo delle sanzioni amministrative inflitte dall'Antitrust alle aziende che abbiano violato la concorrenza, secondo i principi fissati dalla Finanziaria 2001 e posti a tutela dei consumatori.

Al 18 maggio 2006, secondo i dati forniti dall'Ipi, risultano ammesse 84 domande, per un totale di finanziamenti erogati che ammontano a 387.570 euro. Non sono, invece, disponibili dati riguardanti la tipologia di acquisti fatti con questa modalità di pagamento. Buone notizie finora sul versante della restituzione dei prestiti erogati. I dati registrano una regolarità dei pagamenti, anche se la fase critica dei rimborsi coincide generalmente con l'ultimo periodo della rateazione.

Ventitré, ad oggi, gli Istituti di credito che hanno aderito al Fondo (grandi banche, ma anche istituti di tipo cooperativo attivi sul territorio). È comunque difficile calcolare quanti siano gli sportelli abilitati da ciascuna banca per l'ammissione al Fondo, in quanto l'unico dato certo è rappresentato dai 3.705 *account* attivati per l'espletamento automatico delle pratiche, anche se è ipotizzabile che nelle filiali più grandi sia utilizzato un numero maggiore di *account*.

La necessità di costituire un fondo che potesse estendere l'accesso al credito al consumo anche alle categorie meno abbienti è emersa in modo sempre più evidente negli ultimi anni, da quando in Italia si è – seppur parzialmente – ridotto quel *gap*, non solo culturale, che separava le percentuali nostrane sui soggetti interessati a ricorrere a questa forma di pagamento da quelle del resto dell'Europa. L'indagine compiuta per il 2005 dall'osservatorio Assofin-Crif-Prometeia dimostra una brusca impennata della consistenza del credito al consumo, che è giunta a circa 76 miliardi di euro contro i 63,3 del 2004. Una crescita significativa, che lo porta a rappresentare il 4,5% del Pil nazionale, dato comunque distante non solo dagli Stati Uniti (18,2%), ma anche da altre nazioni europee come la Spagna (7,4%) o la Germania (10,7%).

Un altro elemento da sottolineare è che all'espansione del ricorso al credito al consumo non si è accompagnata una crescita corrispondente del livello di insolvenza, che anzi si è ridotta di mezzo punto percentuale, portando il tasso di sofferenza ai minimi dell'ultimo triennio, attorno al 3,4%.

Alcuni numeri

Il credito
al consumo

Intervento



Il prestito:
chi può riceverlo,
chi può erogarlo

IL FONDO IN BREVE

I requisiti del consumatore

- Il reddito Isee del nucleo familiare deve essere inferiore ai 15.000 euro annui
- Non bisogna aver riportato condanne definitive per reati di tipo mafioso; di riciclaggio; o per impiego di denaro o beni di provenienza illecita
- All'interno del nucleo familiare non deve esserci alcun componente che sia stato raggiunto da un'intimazione di pagamento
- Il prestito deve essere destinato all'acquisto di beni o servizi

I requisiti dell'erogatore

- Riservato a banche o società finanziarie
- Formale accettazione delle modalità di gestione
- Accesso telematico al Fondo

I requisiti del prestito

- Durata tra i 12 e i 48 mesi
- Taeg non superiore a quelli indicati da Bankitalia
- Garanzia fino al 50% del finanziamento e mai sopra i 3.000 euro per ciascun nucleo familiare (anche in più operazioni)

Motivo in più per considerare che i soggetti eroganti che fanno ricorso alla garanzia del Fondo ricevono un incentivo a finanziare le fasce di consumatori più critiche, visto che, nel caso di mancata restituzione del denaro, hanno la possibilità di contare su un rimborso sicuro pari al 50% dell'esposizione, con delega al gestore del fondo della possibilità di avviare le procedure per il recupero degli importi non ricevuti.

Chi compra e cosa compra

Il ricorso al credito al consumo copre le categorie più disparate di acquisti, ma con forti concentrazioni in alcuni settori specifici. In base ai dati raccolti dal 20° rapporto Assofin-Crif-Prometeia sul credito al dettaglio e come già si è verificato nei paesi con maggiore penetrazione del credito al consumo, anche in Italia si assiste a uno spostamento dei finanziamenti finalizzati concessi presso il punto vendita verso quelli erogati direttamente al cliente finale. Negli anni '90 il credito finalizzato rappresentava l'85% del totale crediti (in particolare per l'acquisto di auto) mentre nel 2005 tale percentuale è scesa al 63%. Più in particolare, i finanziamenti finalizzati ad acquisti nel settore della mobilità rappresentano nel 2005 il 45,5% del totale e fanno segnare complessivamente un incremento del +10,8% contro il +6,7% del 2004. I finanziamenti per l'acquisto di auto nuove aumentano globalmente del 12,5%, con una crescita dei crediti concessi a tassi di mercato del 14,8%. Andamento positivo anche per i crediti a tassi promozionali (+8,8%) in controtendenza rispetto all'andamento negativo del 2004.

Gli altri finanziamenti finalizzati, che comprendono i crediti erogati per gli acquisti in settori diversi da quello della mobilità (arredamento, elettronica ed elettrodomestici, viaggi, servizi, ecc.), incidono sul totale erogato per l'11,5%, perdendo quota rispetto al 2004 (14%). Entrando più nel dettaglio, i finanziamenti finalizzati all'acquisto di arredo aumentano complessivamente del 5,2% (+12,3% nel 2004); quelli legati all'acquisto di elettronica ed elettrodomestici risultano in calo del 12,4% anche in relazione a un progressivo spostamento verso transazioni effettuate con carte di credito rateali. Infine, i crediti concessi per l'acquisto di altri beni e servizi (quali viaggi, spese mediche, palestre, ecc.) segnano una crescita moderata del 4% rispetto al boom avvenuto nel 2004 (+24,3%).

In effetti, sembra che gli italiani abbiano cambiato decisamente abitudini, ricorrendo sempre più al pagamento dilazionato non solo spinti da necessità primarie, ma anche dalla volontà di ottimizzare il *budget* familiare. Ciò è dimostrato anche dal fatto che quasi il 50% dei finanziamenti è concesso a persone il cui reddito supera i 1.500 euro al mese, con addirittura il 15,3% dei finanziamenti erogato a persone che guadagnano oltre 3.000 euro al mese: una categoria di persone, quindi, che fino a pochi anni fa non ricorreva in nessun caso a pagamenti di questo tipo. Solo l'8,6% dei finanziamenti è andato a persone il cui reddito non supera gli 800 euro al mese; il 12,1% alla fascia compresa tra 801 e 1.000

euro, il 12,4% a quella tra 1.001 e 1.200 euro e il 16,9% a quella tra 1.201 e 1.500 euro al mese. Il problema sembra proprio il fatto che a richiedere denaro sono persone che ne hanno già, mentre quelle in difficoltà economiche hanno maggiori problemi a ottenere, più che a chiedere, finanziamenti: una dimostrazione ulteriore della necessità di dar vita a un Fondo di garanzia.

Sono fondamentalmente quattro le modalità attraverso le quali gli italiani ricorrono al credito al consumo.

Tra le più usate ci sono i prestiti finalizzati, a cui si ricorre soprattutto per auto e viaggi. In questo caso il prodotto è acquistato direttamente nel punto vendita, che risulta convenzionato con una finanziaria attraverso la quale viene stabilito un piano rateale per la restituzione del denaro. Grande diffusione hanno anche i prestiti personali. Anche in questo caso è stabilito un piano per il rimborso, con la differenza che i soldi non sono vincolati all'acquisto di alcun bene specifico. Si tratta di piccoli prestiti che possono variare da poche centinaia ad alcune migliaia di euro, e che vengono richiesti alla propria banca o a una finanziaria.

Innovative e sempre più apprezzate le carte revolving. Sono delle speciali carte di credito che mettono a disposizione del titolare una quantità di denaro prestabilita, successivamente rimborsata non in un'unica soluzione, come avviene di solito, ma a rate. Diffusa anche la formula della cosiddetta cessione del quinto. Questo strumento era nato a beneficio esclusivo dei dipendenti pubblici, ma in seguito è stato esteso prima ai dipendenti privati e a seguire anche a pensionati e lavoratori atipici. Si tratta di un prestito da restituire con una trattenuta sulla busta paga che può arrivare a un massimo del 20%, un quinto, appunto, della retribuzione mensile. La rata è prelevata e girata direttamente dal datore di lavoro.

La strada normativa che ha portato alla costituzione del Fondo è partita nel dicembre del 2000 con la legge Finanziaria, che prevedeva uno stanziamento specifico per creare una riserva economica da destinare a iniziative a vantaggio dei consumatori. Il primo decreto del Ministro dello Sviluppo Economico risale al dicembre 2003, ma è nel giugno dell'anno successivo che, con un altro decreto ministeriale, sono state definite nel dettaglio le modalità di gestione del Fondo. Il testo è stato poi integrato e, in parte modificato, con i decreti ministeriali del 29 ottobre 2004 e del 14 marzo 2005, che hanno eliminato alcune formalità come la dichiarazione di impegno all'acquisto di beni durevoli da parte dei beneficiari, ma anche variato la commissione *una tantum* che le banche aderenti devono versare a MCC per ogni operazione, portandola a 6 euro.

Analizzando più da vicino il contenuto del decreto ministeriale 14 giugno 2004, è possibile mettere in evidenza una serie di caratteristiche che tratteggiano in modo essenziale ogni aspetto toccato dalla norma. In particolare, il decreto stabilisce quelli che sono i



**Gli strumenti
del credito**
 OTO
 TUTE
 METE
 NI

L'iter legislativo

Il decreto ministeriale



soggetti richiedenti (art. 2) che possono avvalersi della garanzia prevista dal Fondo. Banche e società finanziarie, incluse nella definizione dell'articolo, devono sottoscrivere un accordo formale di accettazione delle modalità di gestione e ricevere dall'Ipi le istruzioni e le modalità tecniche per il collegamento telematico con il gestore, un aspetto considerato imprescindibile per la natura del Fondo stesso (art. 6). Relativamente poche le incombenze che spettano ai beneficiari del prestito (art. 3). Per loro, infatti, è prevista solo la presentazione di una dichiarazione di assenza di condanne definitive per i reati già ricordati, oltre a un'attestazione dell'amministrazione alla quale hanno presentato la dichiarazione dei redditi per la determinazione dell'ISEE, parametro fondamentale per la concessione della garanzia. Nel caso in cui tale valutazione superasse la quota dei 15.000 euro annui, non sarebbe in alcun modo possibile ricorrere al Fondo.

Vincoli ben precisi sono determinati anche per quanto riguarda l'ammissibilità della garanzia (art. 4), in quanto il denaro richiesto deve essere rivolto all'acquisto di beni e servizi (in ogni caso, non viene richiesta alcuna documentazione a riguardo). Le operazioni di credito, infine, devono essere erogate entro 15 giorni. Costituiscono, invece, impedimento alla garanzia una data di concessione del credito precedente di oltre sette giorni alla richiesta di ammissione al Fondo, garanzie in essere per il medesimo nucleo familiare già pari a 3.000 euro; nonché la presenza nel nucleo di soggetti con intimazioni di pagamento in corso.

La garanzia è concessa dal gestore del Fondo nei limiti delle risorse disponibili.

In caso di inadempimento del beneficiario alla restituzione del denaro (art. 11), banche e finanziarie che hanno erogato il prestito devono inviare al soggetto in debito, tramite raccomandata, un'intimazione di pagamento per l'esposizione complessiva, entro 180 giorni dalla data della prima rata rimasta, anche parzialmente, insoluta. Tale intimazione deve essere inviata per conoscenza anche al gestore del Fondo. L'intervento della garanzia può essere richiesto dalle banche dopo che siano trascorsi 90 giorni dall'invio dell'intimazione (art. 12), se il beneficiario non ha effettuato i pagamenti pattuiti. In questo caso i richiedenti possono, entro 180 giorni dall'intimazione, richiedere tramite raccomandata l'attivazione della copertura. Riscontrata la correttezza della richiesta, il gestore del Fondo avrà 90 giorni per coprire un importo pari al 50% dell'ammontare dell'esposizione, nei limiti della garanzia concessa per l'operazione in oggetto. A quel punto ci sarà una surrogazione legale (art. 13) del credito, con il gestore del fondo che avrà la possibilità di attivare le procedure di recupero delle somme dovute.

La campagna di diffusione

Far conoscere ai cittadini questa nuova opportunità. È con questa finalità che è stata lanciata, nel mese di giugno, dal Ministero dello Sviluppo Economico (Direzione DGAMTC) una campagna per la diffusione e la conoscenza del Fondo di garanzia. Da un lato, quin-

di, ampliare il numero dei soggetti bancari aderenti all'iniziativa; dall'altro informare i consumatori, soprattutto chi non abbia sufficienti garanzie da dare a un istituto di credito per ottenere un prestito, che esiste questa possibilità.

Il Fondo di garanzia per il credito al consumo, per la sua caratteristica di beneficiare esclusivamente persone appartenenti a nuclei familiari con reddito ISEE non superiore ai 15.000 euro, si rivolge a una utenza a reddito medio-basso. Proprio per questo, e per mettere in piedi una comunicazione estremamente efficace rispetto a un *target* così delimitato, sono stati scelti i mezzi ritenuti più idonei a intercettare un'utenza composta di lavoratori dipendenti e pensionati e residente, in particolare, nel Sud Italia. La scelta di comunicazione si è orientata ai luoghi frequentati da pendolari, come i treni regionali e le stazioni ferroviarie medio-piccole. Inoltre, come veicolo pubblicitario si è optato per la *free-press*, uno strumento in costante crescita diffusionale e con un lettore-tipo che corrisponde proprio al *target* di comunicazione individuato.

La campagna pubblicitaria si concluderà il 14 luglio ed è strutturata in una parte cosiddetta dinamica con 11.400 pendoli collocati a bordo dei treni e una parte statica con 122 manifesti, dei quali 56 nella sola Sicilia, affissi all'interno delle stazioni.

Per quanto riguarda la *free-press* saranno 36 le inserzioni pianificate su due delle principali testate di settore, *Leggo* e *City*. Gli annunci pubblicati a colori raggiungeranno, quando inseriti nelle edizioni nazionali dei due quotidiani, quasi tre milioni di lettori di classe socio-economica media e di età compresa tra i 35 e i 54 anni: esattamente il *target* di riferimento di persone interessate al Fondo di garanzia.

Permanentemente a disposizione degli interessati sarà, inoltre, il sito www.creditogarantito.it, all'interno del quale sarà possibile trovare tutte le indicazioni e informazioni necessarie sulle nuove possibilità di accesso al credito al consumo lanciate dal Ministero.

Credito al consumo:

LE PREFERENZE DEGLI ITALIANI

I mezzi di credito più usati (%)

Cessione del quinto dello stipendio	13,2
Carte revolving	5,8
Prestiti personali e crediti finalizzati	81,0

Prestiti finalizzati (%)

	2004	2005
Auto	+6,7	+10,8
Elettrodomestici/Elettronica		- 12,4
Arredo	+12,3	+5,2
Spese varie (palestre, viaggi, medici)	+24,3	+4,0

Fonte: Assofin - Crif - Prometeia



www.creditogarantito.it
www.ipi.it

Per ulteriori informazioni consultare i siti:
www.ipi.it
www.creditogarantito.it

Le attività internazionali DGAMTC: l'Ocse per i consumatori

di GIANFRANCO NITTI

Nel 2006 una parte dell'attività internazionale della Direzione Generale per l'Armonizzazione del Mercato e la Tutela dei Consumatori (DGAMTC) si sviluppa, escludendo quella in sede UE, che ha un respiro più ampio e variegato, soprattutto in ambito Ocse.

L'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, organizzazione internazionale con sede a Parigi, ha un Comitato per le Politiche nei confronti dei Consumatori (CPC). Ai suoi lavori partecipano rappresentanti dei 30 paesi aderenti tra cui, per l'Italia, la DGAMTC del Ministero dello Sviluppo Economico (ex Ministero delle Attività Produttive, cfr. Quaderno Informativo n. 22-23 del giugno 2004).

Queste attività sono realizzate nel corso dell'anno con costanti aggiornamenti di consultazione della rete Olisnet dell'Ocse, a cui ha accesso l'ufficio C2 della Direzione.

I temi affrontati in Corea

La 71^a sessione del CPC si è svolta il 28 e 29 marzo 2006 nella Corea del Sud, a Jeju Island, con numerosi punti all'ordine del giorno. In particolare, è stato discusso in questa sessione il contenuto di un rapporto sullo stato di attuazione delle Linee Guida sulle frodi transfrontaliere, adottate l'11 giugno 2003 dal Consiglio dell'Ocse. Il Comitato sta inoltre predisponendo una Raccomandazione sulla Risoluzione delle Controversie e i Risarcimenti che potrebbe essere approvata nella prossima sessione di ottobre, dopo un ampio dibattito nel Gruppo di Discussione Elettronica (Edg), operante nella rete Olisnet.

Un altro argomento al centro dei lavori del Comitato è costituito dall'andamento del cosiddetto Commercio Mobile, ovvero il complesso delle transazioni che si verificano mediante le reti mobili di comunicazione: non solo Internet, ma anche telefonia e simili. Si tratta di un settore in rapido sviluppo che necessita di una costante verifica a livello internazionale, per tener conto anche di abusi e malfunzionamenti.

La delegazione britannica ha annunciato la propria intenzione di sottoporre al Comitato un rapporto preliminare sulle politiche consumeristiche adottate in vari paesi; anche tale rapporto potrà essere valutato e discusso nella sessione di ottobre 2006.

attività

Ai lavori del Comitato per le Politiche nei confronti dei Consumatori partecipano rappresentanti dei 30 paesi aderenti all'OCSE

Appuntamento a Rotterdam

Durante i lavori in Corea il Comitato ha deciso di realizzare, nella prossima sessione di ottobre, una tavola rotonda che dovrebbe fare il punto su uno o due settori del mercato. Il Gruppo di Lavoro del Comitato Commercio ha inoltre comunicato la propria intenzione di trasmettere ai delegati del CPC una bozza della propria indagine "Informare i consumatori sulla responsabilità sociale delle imprese nel commercio internazionale". I delegati sono stati invitati a fornire eventuali contributi d'idee e potranno partecipare al seminario sul tema previsto a Rotterdam, in Olanda, per il 28 giugno 2006.

Il Segretariato ha infine illustrato il Programma di Lavoro del CPC per il 2007-2008, con le indicazioni delle priorità sulla base degli indirizzi ricevuti dalle delegazioni degli Stati membri del Comitato.

ICPEN, la rete coreana

La presidenza coreana dell'associazione ICPEN (*International Consumer Protection and Enforcement Network*), ha inoltre dato notizia delle attività dell'associazione. L'ICPEN è una rete informale internazionale per la tutela dei consumatori e la collaborazione tra enti di protezione dei consumatori nell'ambito dell'applicazione di leggi e sanzioni per pratiche commerciali fraudolente.

Il 28 marzo 2006 si è svolta, in connessione con la sessione del CPC, una riunione congiunta tra Comitato e ICPEN sulla consapevolezza e la formazione dei consumatori: sono state presentate alcune campagne che vengono portate avanti in alcuni paesi membri (Canada, USA, Corea), e discusse le buone pratiche da attuare in materia; sono state, inoltre, analizzate le proposte relative ad attività future per potenziare la consapevolezza dei consumatori sia in merito ai propri diritti che sui rischi di operazioni commerciali attuate mediante sistemi tecnologici avanzati.

Il calendario degli incontri

ECCO LE RIUNIONI DEL 2006

Nel corso della 71^a sessione, il Comitato ha inoltre definito il calendario delle prossime riunioni.

Il programma degli incontri che si svolgeranno nel corso del 2006 è così articolato:

1. giugno 2006
- Parigi - riunione del gruppo di redazione sulla risoluzione delle controversie ed i risarcimenti;
2. 25 ottobre 2006
- Parigi - tavola rotonda su Economia della politica per i consumatori;
3. 25-26 ottobre 2006
- Parigi - 72^a sessione CPC.



IL NUOVO MINISTRO INCONTRA IL CNCU

Dal primo contatto emergono risultati promettenti

di LUISA LEONZI

C'è un filo rosso che unisce il nuovo ministro dello Sviluppo Economico Pier Luigi Bersani e le diciassette associazioni iscritte al Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (Cncu). Per questo, l'incontro informale del 21 giugno scorso, che ha riunito allo stesso tavolo il ministro Bersani e tutti i vertici delle associazioni per un confronto sui temi più cari al mondo del consumerismo, è sembrato a molti come la prosecuzione di un dialogo mai interrotto.

per ulteriori informazioni
leonzi.ufficiostampa@cncu.it

Mettere al centro il consumatore

Le proposte sono state le più varie, da temi generali come l'introduzione nell'ordinamento italiano della *class action* a quelli più settoriali come la riduzione della RCA per i neopatentati. Ma quello che è emerso in maniera evidente e trasversale è stata proprio la necessità di rilanciare un tavolo permanente su questi argomenti. Un incontro, quindi, non più legato alla necessità di affrontare soltanto tematiche di stretta urgenza, ma istituzionalizzato e legato alla volontà di mettere il consumatore al centro dell'agenda di lavoro del Governo in tutti i suoi aspetti e declinazioni. Una necessità sentita e ribadita da entrambe le parti, che si sono promesse di mantenere un rapporto costante di collaborazione e scambio di idee.

La funzione delle associazioni

Il ministro ha definito "fondamentali per un governo equilibrato del mercato" le 17 associazioni, ribadendo quel ruolo imprescindibile non solo di guardiani del libero scambio, ma anche di attivi proponenti di soluzioni che nascono dal basso ovvero direttamente dall'esperienza dei cittadini-consumatori. L'apporto delle associazioni diventa così indispensabile anche nel settore della concorrenza, proprio dove rischiano di annidarsi le lobby più potenti che possono portare a una vera e propria distorsione del mercato. "In Italia e in Europa – ha detto il ministro Bersani – si stanno formando degli oligopoli che condizionano fortemente i costi, la qualità dei servizi e il marketing, riducendo gli effetti positivi delle liberalizzazioni". Proprio contro i recenti processi di liberalizzazione e privatizzazione di alcuni servizi si è rivolta l'analisi del titolare del dicastero di Via Veneto. Assieme ai benefici non solo teorici che queste due naturali evoluzioni del mercato hanno portato con sé, sono emersi, infatti, alcuni problemi estremamen-

CONSUMATORI



L'apporto delle associazioni diventa indispensabile anche nel settore della concorrenza, dove rischiano di annidarsi le lobby più potenti che possono portare a una vera e propria distorsione del mercato

te pratici, legati soprattutto al governo del traffico di beni e dei servizi e alla conseguente tutela dei consumatori. "Per esempio è vergognoso – ha dichiarato il ministro, facendo riferimento agli *stranded costs* sull'energia, ovvero alle spese sostenute dall'ex azienda monopolistica per passare a un regime di concorrenza – che siano gli utenti, attraverso gli aumenti delle tariffe, a pagare i costi messi in sospenso dal precedente Governo con gravi ricadute, in termini di interessi, sui soldi dovuti all'Enel".

Ampio e variegato il contributo dato dai rappresentanti delle associazioni, che hanno messo sul tavolo il frutto della loro esperienza di anni di lotte e rivendicazioni al fianco dei consumatori. Non sono mancate così le proposte lanciate al ministro, qualcuna anche molto impegnativa, per metterlo di fronte alle problematiche più sentite e stringenti del panorama consumeristico. I vertici delle associazioni dei consumatori si sono, quindi, passati la parola, presentando un elenco di priorità sulle quali si è ritenuto necessario riaprire un tavolo di dialogo e confronto con il Governo.

Ad aprire l'elenco dei *desiderata* del consumerismo ha pensato Elio Lannutti (Adusbef) che, occupandosi della difesa degli utenti dei servizi bancari e finanziari, ha sollecitato una nuova revisione della legge sul risparmio, al fine di garantire ancora maggiori tutele per il consumatore contro quello che da molti viene considerato come un vero e proprio strapotere degli istituti bancari. Paolo Landi di Adiconsum ha toccato uno dei punti più sentiti dalle associazioni che si battono per i consumatori, chiedendo al ministro l'introduzione della *class action* ovvero dell'azione collettiva in giudizio, una procedura che soprattutto negli Stati Uniti ha molto giovato al popolo degli acquirenti e che in Italia, nonostante fosse stata richiesta anche durante la precedente legislatura, non era stata approvata. Tra i cavalli di battaglia di Adiconsum sul tavolo del ministro sono finiti oltre alla realizzazione dell'indennizzo diretto per Rc auto e una drastica riduzione delle tariffe per i neopatentati, anche una riforma degli ordini professionali che garantisca un libero accesso e abbassi i tariffari di alcune categorie di lavoratori. Infine, un accorato appello affinché la prossima manovra finanziaria non colpisca ancora indiscriminatamente i

La parola ai consumatori



consumi, ma si concentri finalmente sulla lotta alle evasioni. Sul versante delle procedure per avere accesso alla giustizia si è espresso anche Massimiliano Dona dell'Unione Nazionale Consumatori (Unc). Il leader della più antica associazione italiana a difesa dei consumatori si è fatto portavoce delle richieste legate alla creazione oltre che della *class action* anche dei metodi di conciliazione e risoluzione delle controversie.

La questione energetica

Ad affrontare, invece, i temi dell'energia e dell'urgenza con la quale sono attesi certi provvedimenti in materia, soprattutto sul costo dei carburanti e sull'approvvigionamento del gas, sono stati Carlo Pileri dell'Adoc e Paolo Martinello di Altroconsumo. Le esperienze di emergenze energetiche degli ultimi anni non hanno fatto dormire sonni tranquilli a tutti gli utenti; da qui la necessità di una politica che non tamponi il problema, ma possa risolverlo una volta per tutte.

La questione delle liberalizzazioni

Mario Finzi di Assoutenti, l'associazione che promuove gli interessi degli utenti dei servizi pubblici, ha preferito puntare il proprio discorso sul rilancio del tema della liberalizzazione del commercio e delle professioni, ricollegandosi al problema dell'abbattimento degli ordini di categoria. Eros Franciotti di Confconsumatori ha spostato l'attenzione sul tema dell'acqua e dei servizi ad essa collegati.

Antonio Longo di Movimento Difesa del Cittadino (Mdc) ha volto prima uno sguardo all'Europa, sottolineando con rammarico la mancata designazione di rappresentanti dei consumatori all'interno del Comitato economico e sociale dell'Unione Europea. Poi ha chiesto al ministro una specifica attenzione al tema della liberalizzazione dei servizi, in particolar modo nel mondo delle telecomunicazioni, nonché una revisione della normativa riguardante le stesse associazioni, in modo che non venga compromessa l'immagine del consumerismo italiano.

La rappresentanza

Su tale linea ha continuato anche Rosario Trefiletti di Federconsumatori, che ha insistito sui problemi legati alla rappresentanza e alla rappresentatività dell'associazionismo consumerista, aspetti fondanti di una legittimazione necessaria per essere considerati interlocutori credibili. Giustino Trincia di Cittadinanzattiva ha anche ipotizzato una diversa collocazione del Cncu, che possa avvicinare ulteriormente l'organismo al Governo, ad esempio presso la Presidenza del Consiglio. In aggiunta, Trincia ha sostenuto la necessità di un Fondo Nazionale per i diritti dei consumatori che permetta di coprire economicamente le esigenze di garanzia del consumerismo italiano.

Poi, è stata la volta di Lorenzo Miozzi di Movimento Consumatori, che ha sollevato due questioni distinte: la prima legata all'eccessivo costo dei farmaci, delle assicurazioni e dei trasporti; la seconda relativa all'importanza di assicurare risorse certe e

annuali ai progetti di informazione e tutela promossi dalle stesse associazioni del Cncu per assicurarne la progettazione e la conseguente realizzazione.

Pileri (Adoc) e Dona (Unc) hanno poi concluso la fase degli interventi evidenziando come la tutela del consumatore sia nata in quel dicastero con una linea di continuità tra Antonio Liroso (presente all'incontro e oggi consigliere del ministro, che dal 1998 al 2000 ha ricoperto l'incarico di presidente del Cncu e che volle con forza la legge 281 del 1998) e Daniela Primicerio (attuale direttore generale della Direzione Generale per l'Armonizzazione del Mercato e la Tutela dei Consumatori, Dgamtc, che ha creduto nella realizzazione del Codice del Consumo e nelle iniziative portate avanti dalle associazioni).

In vista del prossimo incontro, previsto dal ministro Bersani per il mese di luglio, in occasione del dibattito parlamentare sui contenuti del Dpef, le associazioni dei consumatori hanno risposto positivamente all'invito a presentare, quanto prima, un documento riepilogativo, con un'analisi ragionata per ciascuna tematica delle priorità necessarie ad una maggiore tutela dei cittadini.

Appuntamento a luglio





IN ARRIVO IL RICONOSCIMENTO AL PORTALE CNCU

Tuttoconsumatori.it: accessibilità a portata di click

di LUIGI FERRARA

Dare accessibilità totale a tutti i siti della Pubblica Amministrazione. È questa una delle prove più impegnative a cui sono state recentemente chiamate tutte le istituzioni sul versante informatico. La sfida è stata ufficializzata dalla cosiddetta Legge Stanca (legge n. 4 del 9 gennaio 2004), una norma che impegna a favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici. Proprio in quest'ottica, Tuttoconsumatori.it, il portale del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti (Cncu), ha voluto fare la propria parte, eliminando eventuali e involontarie barriere alla propria fruibilità e richiedendo la certificazione di accessibilità al Centro nazionale per l'informatica nella pubblica amministrazione (Cnipa). La procedura, ormai in dirittura di arrivo, ha richiesto alcune modifiche, ma porterà nel breve termine non solo alla possibilità di fregiarsi del bollino che garantisce il pieno rispetto dei parametri nazionali e internazionali dell'accessibilità sulla propria home page, ma soprattutto alla disponibilità da parte di qualsiasi utente dei contenuti messi in rete.

Il tema dell'accessibilità del web, infatti, diventa spinoso quanto importante nel momento in cui si rivolge a soggetti affetti da disabilità di qualsiasi tipo e gravità. La partecipazione per via telematica di tutti i cittadini a una realtà in espansione e di sempre maggiore importanza come i servizi web della Pubblica Amministrazione, è infatti un aspetto imprescindibile per il presente oltre che per il futuro. La riduzione, per quanto possibile, di tutte le difficoltà presenti sulla rete per i soggetti disabili diventa così un imperativo categorico.

**Definire
l'accessibilità**

L'accessibilità è stata designata anche come *e-participation*, ovvero la possibilità per tutti di fruire per via telematica di servizi, fonti di informazione e più in generale di tutto il sistema di dati in formato elettronico garantiti in modo sempre più massiccio dalla Pubblica Amministrazione. La sfida lanciata dall'accessibilità cerca di rimuovere tutte quelle barriere, solo teoricamente virtuali, che si frappongono tra l'utente e chi rende disponibili sul web informazioni e servizi. Per questo è importante non solo rispettare i generali, e universalmente riconosciuti, criteri di usabilità (*web usability*), che impongono standard stabiliti e un'essenzialità grafica

per ulteriori informazioni
luigi.ferrara@attivitaiproduttive.gov.it



sempre auspicabile, ma anche favorire l'utilizzo del computer da parte dei disabili prevedendo la possibilità di accesso a strumenti come *screen reader*, barre Braille o speciali mouse per soggetti con difficoltà motorie.

Le prime prese di posizione normative sulla necessità di rendere accessibili i siti della Pubblica Amministrazione risalgono al 2001. In particolare sono da ricordare la circolare n. 3 del marzo 2001, emanata dal dipartimento della Funzione pubblica, sull'accessibilità dei siti pubblici e la circolare n. 32 del settembre 2001, che faceva riferimento ai "Criteri e strumenti per migliorare l'accessibilità dei siti web e delle applicazioni informatiche". A seguito di questi documenti, nel febbraio 2002 un gruppo di lavoro dell'Aipa (oggi Cnipa) ha pubblicato un volume dal titolo "I disabili nella società dell'informazione - Norme e tecnologie", che fotografa lo stato dell'arte dal punto di vista tecnico e legislativo.

Un importante passo in avanti è stato compiuto con una direttiva del Ministero per l'Innovazione Tecnologica del 30 maggio 2002, che imponeva a tutti i siti delle Pubbliche Amministrazioni che volessero entrare nel dominio ".gov.it" il rispetto delle linee guida di "livello A" previste dalla *Web accessibility initiative* (Wai), un progetto del *World wide web consortium* (W3c), che si occupa di promuovere l'accessibilità dei siti internet.

Nello stesso maggio 2002 era stata creata una Commissione interministeriale sullo sviluppo e l'impiego delle tecnologie dell'informazione per le categorie deboli, che aveva terminato il proprio mandato elaborando un libro bianco dal titolo "Tecnologie per la disabilità: una società senza esclusi". Il volume analizzava nel dettaglio, per la prima volta, la condizione dei disabili in Italia in rapporto all'uso delle nuove tecnologie. Ne è seguita l'istituzione di una nuova Commissione interministeriale permanente per l'impiego delle tecnologie Ict per le categorie deboli e svantaggiate, che ha portato avanti il lavoro svolto precedentemente fino a raggiungere il traguardo della Legge Stanca.

La legge n. 4 del 9 gennaio 2004 (pubblicata sulla G.U. n. 13 del 17 gennaio 2004) e il suo regolamento di attuazione sono, a oggi, i riferimenti normativi che disciplinano i criteri per garantire il rispetto degli standard previsti per l'accessibilità dei siti. L'obiettivo della legge prende direttamente spunto dall'articolo 3 della Costituzione, che stabilisce il principio di uguaglianza dei cittadini. L'idea di base è quella di favorire la fruizione degli strumenti informatici da parte dei disabili, evitando che l'ulteriore sviluppo della tecnologia possa determinare forme di emarginazione ancora più pericolose di quelle tradizionali e aumentare di conseguenza il *gap* con i cosiddetti normodotati. La volontà espressa è proprio quella di utilizzare le tecnologie come fattore abilitante e di superamento delle esclusioni. L'abbattimento delle barriere virtuali può portare così a un importante sviluppo per la società dell'informazione, con

La strada normativa

La Legge Stanca



un aumento della partecipazione democratica e un miglioramento della qualità della vita per gli oltre tre milioni di disabili italiani, facilitandoli nello studio, nel lavoro e nella partecipazione attiva alla vita sociale.

Superare gli handicap

La legge definisce l'accessibilità (art. 2) come "la capacità dei sistemi informatici di erogare servizi e fornire informazioni fruibili senza discriminazioni anche da parte di coloro che necessitano di tecnologie assistive", riferendosi esplicitamente a quelle soluzioni hardware o software che permettono al disabile di superare o ridurre la condizione di svantaggio. Le disposizioni della legge mirano a incentivare nei confronti dei privati l'applicazione di una serie di indicazioni che risultano invece vincolanti per la Pubblica Amministrazione, intesa nell'accezione più ampia del termine. In particolare, vengono prese in considerazione, oltre ai privati che siano concessionari di servizi pubblici, anche le aziende di trasporto e telecomunicazione con prevalente capitale pubblico. La legge impone che i requisiti di accessibilità (art. 4) costituiscano motivo di preferenza nel momento in cui ci sia da parte dei soggetti pubblici acquisto di beni o fornitura di servizi informatici, ma non solo. Essa prevede anche che eventuali contratti stipulati dalla Pubblica Amministrazione per la realizzazione di siti internet che non rispettino i requisiti di accessibilità imposti siano da considerarsi nulli, con conseguente responsabilità dirigenziale e disciplinare.

L'attuazione della legge è poi demandata al regolamento emanato con decreto del Presidente della Repubblica (Dpr n. 75 del 1° marzo 2005), che impone, oltre all'efficienza ed efficacia nell'utilizzo del sito, anche la compatibilità con le linee guida espresse da organismi internazionali, come l'*International Organization for Standardization* (Iso) e il *World wide web consortium* (W3c). Questo tipo di valutazioni viene effettuata dai cosiddetti "valutatori", di cui il Cnipa stabilisce e pubblica un elenco (art. 3), che hanno il compito di garantire imparzialità, adeguata strumentazione e figure professionali esperte: criteri molto rigidi, che hanno portato fino a oggi all'individuazione in tutta Italia di soli cinque soggetti abilitati a rilasciare l'etichetta di "sito accessibile". Il risultato dell'analisi, se positivo, permette per 12 mesi di fregiarsi del bollino indicante l'accessibilità, con tre livelli di merito a seconda del risultato ottenuto.

Certificazione in arrivo

L'esperienza del sito Tuttoconsumatori.it rappresenta sicuramente un buon esempio di come sia possibile rendere un servizio di pubblica utilità nel modo maggiormente fruibile per tutti. Il portale del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti ha dato avvio qualche mese fa alla pratica per il riconoscimento dell'accessibilità dei propri contenuti. Due sono le caratteristiche imprescindibili che devono essere rispettate per poter costruire un sito fruibile per qualsiasi tipo di utente. La prima è quella che in gergo tecnico viene definita "degradare in maniera accettabile". In sostanza prevede che il sito, dalla versione per così dire completa,

abbia una serie di riduzioni progressive del proprio contenuto senza perdere di senso. Ciò per venire incontro alle necessità sia di utenti con disabilità, ad esempio ipovedenti non interessati alle immagini, sia di soggetti che accedono al sito da postazioni a fruizione ridotta, come i nuovi cellulari.

L'altra fondamentale caratteristica è la cosiddetta "struttura semantica", ovvero la possibilità di contare su una struttura logica e gerarchizzata che esprima con chiarezza i contenuti del sito, diversificando e proponendo con ordine quelle che sono le aree principali, i sottomenù e infine i contenuti stessi. Questa disposizione più razionale è facilitata anche dall'uso di nuovi e più evoluti linguaggi per la costruzione dei siti, come l'Xhtml, che permette strutture più agili e una possibilità di intervento e adattamento più immediata.

Tuttoconsumatori.it, dopo aver superato l'attenta verifica dei tecnici Cnipa, ha voluto anche testare "sul campo" la reale accessibilità del proprio sito, sottoponendolo al vaglio dell'Osservatorio siti internet (Osi) dell'Unione italiana ciechi. Prezioso il resoconto di questa ulteriore analisi, che ha permesso di perfezionare ulteriormente la fruizione del sito anche da parte di non-vedenti o ipovedenti. In questo caso, le indicazioni hanno riguardato soprattutto il contrasto tra testo e sfondo, nonché la possibilità di ingrandire senza problemi il carattere utilizzato per la scrittura.





ECCO I REQUISITI IMPOSTI DALLA LEGGE STANCA

I 22 modi del web per essere accessibile

Questo l'elenco dei ventidue i requisiti di accessibilità per i siti internet stabiliti dalla Legge Stanca (L. 4 del 9 gennaio 2004). Per ognuno è riportato l'eventuale richiamo alle *Web Content Accessibility Guidelines* nella versione 1.0 e alla Section 508, i due testi di riferimento a livello mondiale sull'accessibilità del *world wide web*.

Requisito n. 1

Riferimenti WCAG 1.0: 3.1, 3.2, 3.5, 3.6, 3.7, 11.1, 11.2
Riferimenti Sec. 508: Non presente

Enunciato: Realizzare le pagine e gli oggetti al loro interno utilizzando tecnologie definite da grammatiche formali pubblicate nelle versioni più recenti disponibili quando sono supportate dai programmi utente. Utilizzare elementi e attributi in modo conforme alle specifiche, rispettandone l'aspetto semantico. In particolare, per i linguaggi a marcatori HTML (*Hypertext Markup Language*) e XHTML (*eXtensible Hypertext Markup Language*):

- a) per tutti i siti di nuova realizzazione utilizzare almeno la versione 4.01 dell'HTML o preferibilmente la versione 1.0 dell'XHTML, in ogni caso con DTD (*Document Type Definition - Definizione del Tipo di Documento*) di tipo *Strict*;
- b) per i siti esistenti, nel caso in cui non sia possibile ottemperare al punto a) è consentito utilizzare la versione dei linguaggi sopra indicati con *DTD Transitional*, ma con le seguenti avvertenze:
 1. evitare di utilizzare elementi e attributi per definirne le caratteristiche di presentazione della pagina (per esempio, caratteristiche dei caratteri del testo, colori del testo stesso e dello sfondo, ecc.), ricorrendo invece ai Fogli di Stile CSS (*Cascading Style Sheets*) per ottenere lo stesso effetto grafico;
 2. evitare la generazione di nuove finestre; ove ciò non fosse possibile, avvisare esplicitamente l'utente del cambiamento del *focus*;
 3. pianificare la transizione dell'intero sito alla versione con *DTD Strict* del linguaggio utilizzato, dandone comunicazione alla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie e al Centro nazionale per l'informatica nella pubblica amministrazione.

Requisito n. 2

Riferimenti WCAG 1.0: 12.1, 12.2
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (j)

Enunciato: Non è consentito l'uso dei *frame* nella realizzazione di nuovi siti. Per i siti Web esistenti già realizzati con *frame* è consentito l'uso di HTML 4.01 o XHTML 1.0 con *DTD frameset*, ma con le seguenti avvertenze:

- a) evitare di utilizzare elementi e attributi per definirne le caratte-



ristiche di presentazione della pagina (per esempio, caratteristiche dei caratteri del testo, colori del testo stesso e dello sfondo, ecc.), ricorrendo invece ai Fogli di Stile CSS per ottenere lo stesso effetto grafico;

- b) fare in modo che ogni *frame* abbia un titolo significativo per facilitarne l'identificazione e la navigazione; se necessario, descrivere anche lo scopo dei *frame* e la loro relazione;
- c) pianificare la transizione a XHTML almeno nella versione 1.0 con *DTD Strict* dell'intero sito dandone comunicazione alla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie e al Centro nazionale per l'informatica nella pubblica amministrazione.

Enunciato: Fornire una alternativa testuale equivalente per ogni oggetto non di testo presente in una pagina e garantire che quando il contenuto non testuale di un oggetto cambia dinamicamente vengano aggiornati anche i relativi contenuti equivalenti predisposti; l'alternativa testuale di un oggetto non testuale deve essere commisurata alla funzione esercitata dall'oggetto originale.

Enunciato: Garantire che tutti gli elementi informativi e tutte le funzionalità siano disponibili anche in assenza del colore utilizzato per presentarli nella pagina.

Enunciato: Evitare oggetti e scritte lampeggianti o in movimento le cui frequenze di intermittenza possano provocare disturbi da epilessia fotosensibile o disturbi della concentrazione, ovvero possano causare il malfunzionamento delle tecnologie assistive; qualora esigenze informative richiedano comunque il loro utilizzo, avvertire l'utente del possibile rischio prima di presentarli e predisporre metodi che consentano di evitare tali elementi.

Enunciato: Garantire che siano sempre distinguibili il contenuto informativo e lo sfondo, ricorrendo a un sufficiente contrasto (nel caso del testo) o a differenti livelli sonori (in caso di parlato con sottofondo musicale); evitare di presentare testi in forma di immagini; ove non sia possibile, ricorrere agli stessi criteri di distinguibilità indicati in precedenza.

Enunciato: Utilizzare mappe immagine sensibili di tipo lato *client* piuttosto che lato *server*, salvo il caso in cui le zone sensibili non possano essere definite con una delle forme geometriche predefinite indicate nella DTD adottata.

Enunciato: In caso di utilizzo di mappe immagine lato *server*, fornire i collegamenti di testo alternativi necessari per ottenere tutte le informazioni o i servizi raggiungibili interagendo direttamente con la mappa.

Requisito n. 3

Riferimenti WCAG 1.0: 1.1, 6.2
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (a)

Requisito n. 4

Riferimenti WCAG 1.0: 2.1
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (c)

Requisito n. 5

Riferimenti WCAG 1.0: 7.1, 7.2, 7.3
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (j)

Requisito n. 6

Riferimenti WCAG 1.0: 2.2
Riferimenti Sec. 508: non presente

Requisito n. 7

Riferimenti WCAG 1.0: 9.1
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (f)

Requisito n. 8

Riferimenti WCAG 1.0: 1.2
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (e)



- Requisito n. 9** **Enunciato:** Per le tabelle dati usare gli elementi (marcatori) e gli attributi previsti dalla DTD adottata per descrivere i contenuti e identificare le intestazioni di righe e colonne.
Riferimenti WCAG 1.0: 5.1, 5.5, 5.6
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (g)
- Requisito n. 10** **Enunciato:** Per le tabelle dati usare gli elementi (marcatori) e gli attributi previsti nella DTD adottata per associare le celle di dati e le celle di intestazione che hanno due o più livelli logici di intestazione di righe o colonne.
Riferimenti WCAG 1.0: 5.2
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (h)
- Requisito n. 11** **Enunciato:** Usare i fogli di stile per controllare la presentazione dei contenuti e organizzare le pagine in modo che possano essere lette anche quando i fogli di stile siano disabilitati o non supportati.
Riferimenti WCAG 1.0: 3.3, 6.1
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (d)
- Requisito n. 12** **Enunciato:** La presentazione e i contenuti testuali di una pagina devono potersi adattare alle dimensioni della finestra del browser senza sovrapposizione degli oggetti presenti o perdita di informazioni tali da rendere incomprensibile il contenuto, anche in caso di ridimensionamento, ingrandimento o riduzione dell'area di visualizzazione o dei caratteri rispetto ai valori predefiniti di tali parametri.
Riferimenti WCAG 1.0: 3.4
Riferimenti Sec. 508: non presente
- Requisito n. 13** **Enunciato:** In caso di utilizzo di tabelle a scopo di impaginazione, garantire che il contenuto della tabella sia comprensibile anche quando questa viene letta in modo linearizzato e utilizzare gli elementi e gli attributi di una tabella rispettandone il valore semantico definito nella specifica del linguaggio a marcatori utilizzato.
Riferimenti WCAG 1.0: 5.3, 5.4
Riferimenti Sec. 508: non presente
- Requisito n. 14** **Enunciato:** Nei moduli (*form*), associare in maniera esplicita le etichette ai rispettivi controlli, posizionandole in modo che sia agevolata la compilazione dei campi da parte di chi utilizza le tecnologie assistive.
Riferimenti WCAG 1.0: 10.2, 12.4
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (n)
- Requisito n. 15** **Enunciato:** Garantire che le pagine siano utilizzabili quando *script*, *applet*, o altri oggetti di programmazione sono disabilitati oppure non supportati; ove ciò non sia possibile fornire una spiegazione testuale della funzionalità svolta e garantire una alternativa testuale equivalente, in modo analogo a quanto indicato nel requisito n. 3.
Riferimenti WCAG 1.0: 6.3
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (l), 1194.22 (m)
- Requisito n. 16** **Enunciato:** Garantire che i gestori di eventi che attivano *script*, *applet* o altri oggetti di programmazione o che possiedono una propria specifica interfaccia, siano indipendenti da uno specifico dispositivo di input.
Riferimenti WCAG 1.0: 6.4, 9.2, 9.3
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (l), 1194.22 (m)
- Requisito n. 17** **Enunciato:** Garantire che le funzionalità e le informazioni veicolate per mezzo di oggetti di programmazione, oggetti che utilizzano tecnologie non definite da grammatiche formali pubblicate, *script* e *applet* siano direttamente accessibili.
Riferimenti WCAG 1.0: 8.1
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (l), 1194.22 (m)

- Enunciato:** Nel caso in cui un filmato o una presentazione multimediale siano indispensabili per la completezza dell'informazione fornita o del servizio erogato, predisporre una alternativa testuale equivalente, sincronizzata in forma di sotto-titolazione o di descrizione vocale, oppure fornire un riassunto o una semplice etichetta per ciascun elemento video o multimediale tenendo conto del livello di importanza e delle difficoltà di realizzazione nel caso di trasmissioni in tempo reale.
- Enunciato:** Rendere chiara la destinazione di ciascun link con testi significativi anche se letti indipendentemente dal proprio contesto oppure associare ai collegamenti testi alternativi che possiedano analoghe caratteristiche esplicative, nonché prevedere meccanismi che consentano di evitare la lettura ripetitiva di sequenze di collegamenti comuni a più pagine.
- Enunciato:** Nel caso che per la fruizione del servizio erogato in una pagina è previsto un intervallo di tempo predefinito entro il quale eseguire determinate azioni, è necessario avvisare esplicitamente l'utente, indicando il tempo massimo consentito e le alternative per fruire del servizio stesso.
- Enunciato:** Rendere selezionabili e attivabili tramite comandi da tastiere o tecnologie in emulazione di tastiera o tramite sistemi di puntamento diversi dal mouse i collegamenti presenti in una pagina; per facilitare la selezione e l'attivazione dei collegamenti presenti in una pagina è necessario garantire che la distanza verticale di liste di link e la spaziatura orizzontale tra link consecutivi sia di almeno 0,5 em, le distanze orizzontale e verticale tra i pulsanti di un modulo sia di almeno 0,5 em e che le dimensioni dei pulsanti in un modulo siano tali da rendere chiaramente leggibile l'etichetta in essi contenuta.
- Enunciato:** Per le pagine di siti esistenti che non possano rispettare i suelencati requisiti (pagine non accessibili), in sede di prima applicazione, fornire il collegamento a una pagina conforme a tali requisiti, recante informazioni e funzionalità equivalenti a quelle della pagina non accessibile e aggiornata con la stessa frequenza, evitando la creazione di pagine di solo testo; il collegamento alla pagina conforme deve essere proposto in modo evidente all'inizio della pagina non accessibile.

Requisito n. 18

Riferimenti WCAG 1.0: 1.3, 1.4
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (b)

Requisito n. 19

Riferimenti WCAG 1.0: 13.1, 13.6
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (o)

Requisito n. 20

Riferimenti WCAG 1.0: 7.4, 7.5
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (p)

Requisito n. 21

Riferimenti WCAG 1.0: non presente
Riferimenti Sec. 508: non presente

Requisito n. 22

Riferimenti WCAG 1.0: 11.4
Riferimenti Sec. 508: 1194.22 (k)



Tarsu versus Tari: dalla Tassa alla Tariffa

di ENRICO D'ELIA

Dalla Tarsu alla Tari il passo non è stato esattamente breve. C'è voluto il D. Lgs 22/97 che, con l'art. 49, ha istituito la Tariffa Rifiuti abolendo la precedente tassa secondo le modalità definite nel Regolamento emanato con Dpr 158/1999. Il passaggio da tassa a tariffa per la gestione dei rifiuti tocca aspetti importanti, tra cui spiccano, ad esempio, la definizione e la copertura dei costi, l'uso della tariffa per la sostenibilità ambientale e una diversa regolazione dei rapporti fra amministrazione pubblica, cittadini-utenti e gestori dei servizi.

per ulteriori informazioni
enrico.delia@attivaproduttive.gov.it

Gli aspetti più rilevanti, legati al sistema tariffario, riguardano la determinazione dei costi per la gestione dei rifiuti e la loro totale copertura attraverso la Tari.

I problemi della Tarsu

Con la Tarsu, i Comuni possono non coprire integralmente il costo del servizio e, in genere, le risorse mancanti derivano da altre fonti, generalmente dall'Ici. In una situazione di questo tipo il segnale dato al cittadino non è propriamente improntato a un'assoluta correttezza, nel senso che il costo sostenuto non corrisponde al servizio erogato. Inoltre il cittadino non viene incentivato ad assumere comportamenti virtuosi per la riduzione e il riciclo dei rifiuti. L'errata quantificazione del costo del servizio è dovuta alle caratteristiche stesse della Tarsu, un'imposta determinata essenzialmente in base alla superficie della propria abitazione. Si tratta di un parametro non del tutto corretto, in quanto vi è solo un rapporto statistico molto debole tra la quantità di rifiuti prodotti e la superficie.

I vantaggi della Tari

Al contrario, il Dpr 158/99, stabilendo il metodo per il calcolo della Tariffa, prende in considerazione il costo di tutti i fattori produttivi, compreso il capitale e la sua remunerazione. Sono compresi, quindi, nel calcolo della Tariffa non solo i costi per la raccolta e lo smaltimento dei rifiuti indifferenziati, ma anche per la raccolta differenziata e il recupero dei materiali riciclabili, per lo spazzamento e il lavaggio delle strade, nonché una serie di voci relative ad attività amministrative, di monitoraggio e di gestione del contenzioso.

L'Ente Locale deve dunque passare da una contabilità di tipo finanziario, basata su una logica entrate/uscite, a una di tipo eco-



Il metodo per il calcolo della Tariffa prende in considerazione il costo di tutti i fattori produttivi, compreso il capitale e la sua remunerazione

nomico incentrata su costi e ricavi, per far emergere i costi complessivi della gestione. A oggi, risultano poco più di 500 i Comuni passati alla tariffa, localizzati soprattutto nell'Italia settentrionale.

Gli strumenti normativi attraverso i quali il Comune realizza il passaggio dalla tassa alla tariffa sono il Piano Finanziario, la Delibera Comunale di determinazione della tariffa e il Regolamento Comunale. Il Piano Finanziario, corredato dalla relativa relazione, deve essere presentato entro il 30 giugno di ogni anno all'Osservatorio Nazionale sui Rifiuti, a decorrere dall'esercizio finanziario che precede i due anni dall'entrata in vigore della tariffa.

La data per l'entrata in vigore del sistema tariffario, inizialmente fissata al 1° gennaio 1999 (art. 49 del D. Lgs 22/97), è stata oggetto di una serie di rinvii per consentire ai Comuni di raggiungere la necessaria copertura dei costi del servizio di gestione dei rifiuti urbani. La Finanziaria 2004 (n. 350 del 24/12/2003) ha ulteriormente posticipato l'operatività della tariffa al 1° gennaio 2006 per quei Comuni che abbiano raggiunto una copertura dei costi superiore all'85%, lasciando agli stessi la possibilità di deliberare, in via sperimentale, l'applicazione della tariffa anche prima del termine indicato.

Gli strumenti normativi

La tempistica

TABELLA 1		Tempistica di adozione della tariffa rifiuti	
Scaglione		Anno presentazione piano finanziario	Anno di applicazione della tariffa Art.4c. 116 Legge 350/03
Popolazione	Grado di copertura dei costi (G)		
> 5.000 abitanti	G > 85%	30 giugno 2001	1 gennaio 2006
> 5.000 abitanti	55% < G = 85%	30 giugno 2001	1 gennaio 2006
> 5.000 abitanti	G = 85%	30 giugno 2005	1 gennaio 2008
tutti i comuni < 5.000 abitanti	qualsiasi	30 giugno 2005	1 gennaio 2006

Fonte: Elaborazioni APAT su dati comunali



	2000	2001	incremento percentuale	2003	incremento percentuale	2004	incremento percentuale
Comuni che applicano la tariffa	200	283	41,5	345	21,9	564	20,7
Popolazione dei Comuni a tariffa	2.012.127	2.307.189	26,7	3.685.907	59,8	9.790.492	18,3

Fonte: Elaborazioni APAT su dati comunali

Come dimostrato dalla tabella 2 esiste un incremento, anche se lento, del numero di Comuni che hanno applicato la Tariffa, in via sperimentale e non, dal 2000 a oggi. I picchi più alti del passaggio a tariffa si sono avuti tra il 2000-2001 e tra il 2002-2003.

Le tariffe nei comuni italiani

Per avere un quadro aggiornato del costo della raccolta dei rifiuti e della sua dinamica, sono state raccolte, via Internet, informazioni da tutti i capoluoghi di provincia italiani che hanno comunicato l'ammontare della tariffa, a eccezione della Calabria, della Valle d'Aosta e della Puglia (escluso Bari), i cui dati non sono disponibili.

La tariffa composta (Tari o Tia) è stata calcolata prendendo come esempio una famiglia rappresentativa di tre persone che abita in 100 m². La tabella 3 riassume la situazione attuale della tariffa per metro quadrato abitativo nelle quattro macro-aree prese in considerazione.

Area	2005	2006	variazione
Nord Est	1,75	1,77	1,0
Nord Ovest	1,81	1,81	0,3
Centro	1,82	1,82	0,0
Sud e Isole	2,83	2,91	3,0
Totale Italia	2,10	2,13	1,4

La media nazionale passa da 2,10 euro nel 2005 a 2,13 nel 2006, con una variazione dell'1,4%, quasi interamente attribuibile agli aumenti che si sono verificati nel Sud e nelle Isole (+3%). Nel complesso, infatti, proprio nel Sud e nelle Isole il servizio risulta molto più costoso che nel resto d'Italia (37,1% in più della media), mentre i costi più contenuti si registrano nel Nord-Est (16,7% in meno della media). Bari, Trento e Treviso fanno registrare gli aumenti più significativi nel 2006, mentre, in generale, le tariffe sono invariate in 51 dei 56 comuni considerati.



Città	euro annui/m ² abitaz.		variazione	Città	euro annui/m ² abitaz.		variazione
	2005	2006	05/06		2005	2006	05/06
L'Aquila*	1,34	1,34	0,00	Torino*	1,91	1,94	1,65
Pescara*	1,16	1,16	0,00	Alessandria*	2,14	2,14	0,00
Media Abruzzo	1,25	1,25	0,00	Asti*	2,64	2,64	0,00
Potenza*	1,83	1,83	0,00	Cuneo*	1,50	1,50	0,00
Matera*	1,09	1,09	0,00	Novara*	1,40	1,40	0,00
Media Basilicata	1,58	1,58	0,00	Verbano-Cusio-Ossola	2,18	2,18	0,00
Napoli*	2,46	2,46	0,00	Media Piemonte	1,88	1,90	0,27
Salerno*	1,85	1,85	0,00	Bari	1,58	1,68	6,33
Media Campania	2,30	2,30	0,00	Media Puglia	1,58	1,68	6,33
Bologna*	1,93	1,96	1,55	Cagliari*	2,22	2,22	0,00
Parma	1,99	1,99	0,00	Sassari	0,70	0,70	0,00
Rimini	1,76	1,76	0,00	Media Sardegna	1,65	1,65	0,00
Media Emilia Romagna	1,92	1,93	0,52	Palermo*	1,30	1,30	0,00
Trieste	2,11	2,11	0,00	Messina	2,18	2,18	0,00
Udine	1,41	1,41	0,00	Siracusa	2,30	2,30	0,00
Media Friuli Venezia Giulia	1,63	1,63	0,00	Trapani	1,60	1,60	0,00
Roma	2,14	2,14	0,00	Media Sicilia	1,71	1,71	0,00
Frosinone	1,90	1,90	0,00	Firenze	1,63	1,63	0,00
Viterbo*	1,03	1,03	0,00	Arezzo	1,21	1,21	0,00
Media Lazio	2,04	2,04	0,00	Grosseto*	2,38	2,38	0,00
Genova*	1,99	1,99	0,00	Livorno*	2,53	2,53	0,00
Imperia*	1,66	1,66	0,00	Massa-Carrara*	2,32	2,32	0,00
Savona*	1,77	1,77	0,00	Pistoia	1,68	1,68	0,00
Media Liguria	1,90	1,90	0,00	Media Toscana	1,84	1,84	0,00
Milano*	2,28	2,28	0,00	Trento	1,47	1,53	4,08
Bergamo	1,04	1,04	0,00	Bolzano-Bozen	1,58	1,58	0,00
Brescia	1,07	1,07	0,00	Media Trentino	1,67	1,70	2,04
Como	1,53	1,53	0,00	Perugia*	1,80	1,80	0,00
Cremona	1,06	1,06	0,00	Terni	1,20	1,20	0,00
Lecco	1,41	1,41	0,00	Media Umbria	1,64	1,64	0,00
Varese	1,76	1,76	0,00	Venezia	2,10	2,10	0,00
Media Lombardia	1,76	1,76	0,00	Padova	1,53	1,53	0,00
Ancona*	1,32	1,32	0,00	Rovigo	2,11	2,11	0,00
Ascoli Piceno*	1,32	1,32	0,00	Treviso	1,77	1,85	4,52
Macerata*	1,47	1,47	0,00	Vicenza	1,40	1,40	0,00
Media Marche	1,36	1,36	0,00	Media Veneto	1,73	1,75	0,90
Campobasso*	1,05	1,05	0,00				
Isernia*	0,79	0,79	0,00				
Media Molise	0,98	0,98	0,00				

(*) TARSU vigente in €/m² (senza influenza dei componenti del nucleo abitativo).



Il caso di Mercato San Severino

Uno dei principali problemi applicativi della Tari è che la tariffazione si basa su una quantificazione dei rifiuti prodotti da ciascuna famiglia che risulta complessa e si presta a molte forme di elusione, se non di evasione totale. Le tecniche di calcolo, adottate anche in molti altri paesi e basate sull'uso esclusivo di sacchetti speciali, venduti a un prezzo comprensivo della Tari, richiedono infatti un elevato grado di controllo sociale e di senso civico.

Nel comune di Mercato San Severino (Salerno) il principio della Tari è stato applicato in modo inverso, ma semplice ed efficace, introducendo un sistema di incentivi per i cittadini che si impegnano maggiormente nella raccolta differenziata. Invece di far pagare il servizio in base al volume o al peso dei rifiuti non riciclabili prodotti, come avviene in altre località, il Comune campano applica una serie di "sconti" in funzione della quantità di rifiuti differenziati consegnati da ciascuna famiglia.

Tali sconti sono posti a riduzione di una tariffa di base, calcolata secondo criteri del tutto simili alla Tarsu in base ai componenti del nucleo familiare del Comune di residenza e della superficie dell'abitazione. Una parte della tariffa base è stabilita in misura fissa, per garantire la copertura dei costi invariabili, mentre un'altra parte è variabile, in quanto direttamente collegata ai costi variabili del sistema, relativi allo smaltimento in discarica o negli impianti. Quest'ultima parte può, però, diminuire sensibilmente se i cittadini adottano comportamenti virtuosi che riducono gli oneri di raccolta e di smaltimento.

Tariffa base (euro)

n. componenti	quota fissa per m ²	quota variabile
1	1,053	19,32
2	1,222	45,07
3	1,326	57,95
4	1,477	70,83
5	1,430	93,36
6	1,378	109,46
Non residenti	1,053	19,32

Consigli per i comuni

Per ridurre i costi variabili e conseguentemente la tariffa a carico dei cittadini è indispensabile aumentare la percentuale di differenziazione dei rifiuti e attenersi alle modalità del loro conferimento. L'obiettivo può essere raggiunto:

- diminuendo le quantità di rifiuti da smaltire in discarica (parte indifferenziata – sacco nero);
- aumentando la quantità di rifiuti da poter rivendere per il riciclaggio degli stessi (plastica, alluminio, banda stagnata, carta e vetro);
- riducendo i costi del servizio, ad esempio, evitando impiego del personale per la rimozione dei rifiuti messi in strada fuori dagli orari stabiliti per la raccolta o abbandonati.



Consigli per i cittadini

Il successo dell'iniziativa è legato alla disponibilità dei cittadini a impegnarsi nel differenziare i rifiuti prodotti ogni giorno per ridurre i costi del servizio, pagare di meno e salvaguardare l'ambiente. Per questo si consiglia ai cittadini di:

- separare i rifiuti ed evitare di mettere nel sacco nero quelli che possono e devono essere recuperati (plastica, alluminio, banda stagnata, carta e vetro);
- rispettare i giorni e gli orari per il deposito dei sacchetti sotto casa;
- inserire le bottiglie e i rifiuti in vetro nelle campane stradali, evitando di abbandonare sacchetti a terra;
- non abbandonare sacchetti lungo le strade;
- far ritirare a casa gratuitamente i rifiuti ingombranti.

Per incoraggiare i comportamenti virtuosi, a ogni nucleo familiare viene attribuito un codice a barre (identificativo dell'utente), riportato sulle strisce adesive consegnate insieme ai sacchetti corrispondenti al rifiuto differenziato. Il codice a barre serve per verificare la quantità di rifiuti differenziati e calcolare lo sconto sulla tariffa. A ogni sacco viene corrisposto lo sconto in euro solo se esso è pieno e se contiene il materiale indicato. L'errato conferimento dei rifiuti comporta l'applicazione di sanzioni.

Riduzioni (centesimi di euro)

Materiale	Raccolta presso il domicilio (per ciascun sacco pieno)	Conferimento presso il centro di raccolta (per kg. di materiale)
Plastica	40	24
Alluminio	50	36
Banda stagnata	50	16
Carta	26	6
Cartone		10
Legno e stoffa		2

In base alle stime del Comune di Mercato San Severino, applicando tale metodo di calcolo, una famiglia di tre componenti, con un'abitazione di 80 m² ed una capacità media di differenziazione e riciclo dei rifiuti, riesce a risparmiare circa il 15% rispetto alla tariffa base, che sarebbe pari a 188,7 euro l'anno (comprese imposte e tributi provinciali).



ANALISI DELLA DISTANZA SOCIALE FRA INDIVIDUI

Saggio sulle classi di consumatori in onore di Paolo Sylos Labini

di ALESSANDRO SERRA

Paolo Sylos Labini, professore di economia politica nella facoltà di Scienze statistiche dell'Università di Roma, raggiunse la notorietà presso il grande pubblico sul finire degli anni '70 con il libro intitolato "Saggio sulle classi sociali". Prendendo a modello questo titolo, è possibile proporre un metodo di indagine statistico-economica per analizzare l'andamento e l'evoluzione sociale dei componenti di una società, suddivisa in sottopopolazioni più omogenee al loro interno a seconda del loro stile di vita e del comportamento di consumo.

per ulteriori informazioni
alessandro.serra@attivaproduttive.gov.it

Quel che viene proposto, per ragioni di spazio, è solo una forma estremamente semplificata di tale metodologia. Per approfondimenti l'autore sarà ben lieto di fornire ulteriori informazioni.

Innovatori e imitatori

Diverse indagini hanno da tempo dimostrato che, nell'ambito di uno stesso gruppo sociale, alcuni individui o insiemi di persone adottano strategie di consumo e stili di vita "innovativi" rispetto alla maggioranza e, con il loro comportamento, si distaccano dal gruppo stesso, si evidenziano, e riescono a divenire, talvolta, il modello di riferimento per il resto della popolazione che, a questo punto, tende a adottare un comportamento di tipo "imitativo". I prodotti acquistati dai consumatori innovativi tendono ad assumere il ruolo di *status symbol* e le modalità con cui vengono consumati i beni divengono una modalità di esposizione sociale; il bene non viene più valutato per la sua intrinseca utilità, ma per il valore che socialmente viene ad esso attribuito.

In tali termini i meccanismi di psicologia sociale da dover attivare al fine di lanciare una determinata moda e per farla affermare sul mercato sono noti agli analisti di marketing. L'elemento di innovazione che si intende proporre in questa sede ha una finalità differente e consiste nel fornire a una Pubblica Amministrazione, o più in generale ad un *policy maker*, una chiave di interpretazione dell'andamento dei consumi, fornendo nel contempo alcuni strumenti statistici atti a dare una valutazione quantitativa del fenomeno.

Supponiamo pertanto di aver suddiviso, con le usuali tecniche di *clustering*, la popolazione in due sottogruppi, di cui il primo sarà costituito dai consumatori "innovativi" e il secondo, probabilmente più numeroso, dagli "imitativi". Le due classi saranno distinte fra loro, ma non impermeabili a possibili passaggi dei singoli individui

mercato

da una classe all'altra. In altri termini sarà possibile elaborare un indicatore statistico di "distanza sociale" che separi i due gruppi, che potrà essere espresso ad esempio con il reddito disponibile per le varie sottopopolazioni, eventuali costi di accesso a determinati ambienti (ad esempio i costi di istruzione), costi di rappresentanza e altri ancora.

La "distanza sociale" che separa i due gruppi potrà variare nel tempo, aumentando o riducendosi, ma mai sparire del tutto. In alcuni periodi i consumatori riusciranno a tenere una modalità di consumo assai simile a quella dei loro modelli di riferimento, ma questi ultimi, appena possibile, attiveranno un nuovo processo di innovazione nei consumi tale da ristabilire le distanze e le diversità. Nello stesso tempo è ragionevole supporre che la componente "imitativa" dei consumi, per quanto influente ai fini della nostra analisi, non potrà mai essere l'unico elemento che determinerà la scelta di consumo: in ogni caso, per ogni sottogruppo sociale, ci sarà comunque una componente "endogena" che influisce sulle scelte d'acquisto. Ciò premesso si può ipotizzare che il paniere di beni che ciascun sottogruppo desidera acquistare sarà determinato, pertanto, da una componente "endogena" e una "esogena". È facile dedurre, a questo punto, che l'elemento che differenzia i due sottogruppi sarà il meccanismo con cui si determina la componente esogena.

Per la classe imitativa la componente esogena sarà abbastanza facile da individuare, in quanto è costituita dal paniere di beni consumati dalla classe innovativa, sfalsata di un periodo temporale. A volte il fenomeno imitativo si protrae nel tempo, e allora nelle indagini empiriche sarà necessario introdurre anche variabili "ritardate" o sfalsate di più periodi temporali.

Per le classi imitative, pertanto, la componente esogena relativa al periodo di tempo t^o sarà costituita dai beni e dalle quantità effettivamente consumate dalla classe innovativa nel periodo di tempo $t-1$ (che svolge così appieno il suo ruolo di creatrice di mode e di stili di comportamento).

Per la classe innovativa, invece, la determinazione della componente esogena di consumo presenta maggiori difficoltà, ma anche motivi di particolare interesse. In ciò si concretizza, infatti, il ruolo di leader sociale (almeno per quanto riguarda i consumi) della classe innovativa. Per come abbiamo definito questa classe sociale e per i presupposti socio-economici che la contraddistinguono, la classe innovativa propenderà per scelte di consumo che la differenzino dalle altre componenti sociali. Saranno pertanto privilegiati beni con funzione di *status symbol*, nuove categorie di beni di consumo prima inesistenti, oppure nuovi modelli di beni già esistenti. La questione dei nuovi modelli è ampiamente dibattuta in statistica economica: fino a che punto, infatti, è possibile comparare il nuovo e il vecchio modello? Quando è interesse del produttore far credere che il nuovo modello è talmente innovativo

La "distanza sociale"





rispetto al precedente da non renderli, almeno apparentemente, comparabili?

Il consumatore innovativo, inoltre, dovrà fare i conti anche con la struttura distributiva, che rende disponibili alcuni beni ed altri no, con le campagne pubblicitarie che suscitano bisogni sempre diversificati, e, infine, anche con i propri vincoli di bilancio. La classe innovativa, quindi, apparentemente è libera nella scelta e nella composizione del proprio paniere ideale. In realtà, anche tale classe deve regolare le sue scelte tenendo conto dei produttori e della rete commerciale.

È interessante notare che il modello statistico velocemente tratteggiato mette a confronto panieri di beni effettivamente consumati con panieri “ideali” o teorici di riferimento. Con un numero sufficiente di osservazioni, pertanto, avremo a disposizione una distribuzione di consumi “effettiva” che tende ad approssimarsi ad una distribuzione “teorica” o ideale. In tali termini sarà pertanto possibile procedere a effettuare alcuni test statistici, come il “Chi Quadrato”, dai cui risultati potremo stabilire se i consumi della classe innovativa hanno effettivamente svolto il loro ruolo di guida e di modello per il resto della popolazione, oppure se tale ipotesi di lavoro non sembra confermata dai dati raccolti sperimentalmente.

Le applicazioni pratiche

Sarebbe interessante confrontare i risultati che si otterrebbero con tale metodologia sui consumi degli italiani dai primi anni '90 a oggi, con quelli ottenuti dall'Università di Milano-Bicocca (Conchita D'Ambrosio, *Corriere dell'Economia* del 1° maggio 2006) e con quelli del Rapporto Censis 2005. Rielaborando dati della Banca d'Italia sul reddito disponibile dai capifamiglia, si ottiene, infatti, l'evoluzione del reddito per mestieri e professioni: gli operai passano da 19.929 euro del 1995 a 20.429 del 2000 per scendere a 20.037 del 2004. Analogo andamento per gli impiegati. Chi guadagna, secondo la ricerca della D'Ambrosio, è il popolo delle partite IVA: per i titolari di imprese familiari, il reddito passa da 25.600 euro a 31.600 per giungere a 40.500 euro l'anno.

Risultati analoghi si ottengono dal Rapporto Censis 2005: nei soli primi otto mesi dell'anno le immatricolazioni di auto di lusso sono aumentate del 12,6%, con circa 6.000 nuove autovetture con un costo unitario che parte dagli 80.000 euro. Si è accentuato il processo di patrimonializzazione della ricchezza: a fronte del disagio provato dalle classi senza un loro patrimonio, il 10% delle famiglie più facoltose possiede quasi la metà dell'intero ammontare della ricchezza; negli ultimi anni la quota di ricchezza posseduta dal 5% delle famiglie agiate è passata dal 27% al 32%.

Anche gli indici di concentrazione del Gini, elaborati dall'Università di Milano-Bicocca, confermano un processo di concentrazione della ricchezza superiore alla media europea.

Applicando la metodologia appena illustrata e confrontandone gli ipotetici risultati con quelli delle indagini precedentemente esposte

si otterrebbe, probabilmente, che l'indicatore di “distanza sociale” tenderebbe ad aumentare in questi ultimi anni, con una classe di benestanti sempre più ristretta, isolata e lontana dal resto della popolazione ma che, nonostante questa crescente lontananza, continua a svolgere una funzione di riferimento sociale, in termini di stili di vita adottati come modello di consumo, se confrontati con gli indici di indebitamento crescente delle famiglie italiane.





INTERVISTA A LILIANA ROSSI CARLEO

Il Codice del Consumo: strumento per fare chiarezza

Un testo diventato subito un punto di riferimento per la tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti. Si tratta del Codice del Consumo, emanato in Italia con il D. Lgs. n. 206 del 6 settembre 2005. Tra i suoi meriti, anche quello di aver fatto assumere, per la prima volta in Italia, un autonomo rilievo al diritto dei consumatori nell'ambito dell'ordinamento civile; qualità che si aggiunge alla significativa peculiarità del decreto di trarre ispirazione, nella sua articolazione, dalle teorie sul processo di acquisto. Il Codice, infatti, riunisce, coordina e semplifica le disposizioni normative riguardanti la figura del consumatore come cittadino consapevole dei propri diritti e doveri. Il nuovo testo normativo cerca di aiutarlo ad avere informazioni; di tutelarlo nella fase di raccolta delle stesse; di assicurare la correttezza dei processi negoziali e delle forme contrattuali che disciplinano i processi di compravendita. Sono definiti, inoltre, in modo chiaro i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti, la cui tutela è promossa in sede nazionale e locale, anche in forma collettiva. Migliora la concorrenza, la trasparenza e l'informazione nel mercato, e si favorisce conseguentemente la qualità dei prodotti e dei servizi, nonché la crescita della fiducia dei cittadini e degli operatori economici. Per approfondire i pregi del Codice del Consumo, ma anche per evidenziare eventuali aspetti passibili di miglioramento, abbiamo parlato con la professoressa Liliana Rossi Carleo, docente di Diritto Privato e Diritto dei Consumi all'Università di RomaTre.

Il Codice del Consumo, in realtà, non presenta alcuna legge nuova, ma costituisce una riorganizzazione di materiale normativo già esistente. Qual è allora l'elemento di novità introdotto dal decreto legislativo?

È vero che il Codice non presenta disposizioni normative realizzate *ex novo*, ma questo non deve in alcun modo svilire il valore del documento prodotto. I detrattori del Codice puntano il dito su questa pecca e la considerano una causa sufficiente per aggiungere la pubblicazione al novero delle "occasioni mancate". In realtà non è giusto dequalificare il risultato normativo ottenuto definendolo semplicemente un "copia e incolla" di altre leggi. Personalmente ritengo che abbia creato un valore aggiunto, rendendo sicuramente più facili da gestire regole che prima erano



sparse, mentre adesso sono l'una accanto all'altra. Insomma, con un gioco di parole, potremmo dire che ha contribuito non solo a fare ordine, ma anche ordinamento. Con l'uscita del Codice, forse non ci sarà niente di nuovo in senso stretto, ma è più semplice trovare ciò che prima, sovente, non si riusciva a vedere. Le varie leggi sparse, spesso in modo disordinato, costituivano pezzi di un puzzle inestricabile dal quale l'operatore era costretto a tirar fuori, come da un'immaginaria *tool box*, il pezzetto utile senza, però, riuscire a vedere il quadro d'insieme. Il Codice ha ricomposto, in un ordine sistematico, i vari tasselli, offrendo finalmente una raffigurazione evidente di come il legislatore rappresenta il procedimento che accompagna l'atto di consumo.

Forse, allora, è anche per questo che il legislatore ha deciso di optare per una riagggregazione delle norme con un criterio particolare che non corrisponde a quello classico dell'"assemblaggio per materia"?

Il Codice del Consumo, effettivamente, si presenta con una veste piuttosto particolare. L'aggregazione sistematica delle leggi che contiene non può definirsi per materia, e neanche per funzione in senso stretto, bensì è stata definita "per procedimento". Infatti è stata impostata con una visione dinamica, non solo attenta al passaggio dall'atto all'attività, ma idonea anche a favorire il corretto rapporto tra le parti in un'economia che cambia. Il Codice si presenta suddiviso in sei parti che seguono cronologicamente le fasi dell'atto di consumo. La prima contiene alcune disposizioni di carattere generale sui diritti dei consumatori e sulle definizioni principali (Parte I), mentre nella parte immediatamente successiva il corpo normativo si occupa della fase precedente all'istituzione del rapporto di consumo, che riguarda l'educazione del consumatore, la sua informazione e la pubblicità commerciale (Parte II). Successivamente, viene esaminata la conclusione del rapporto stesso, quindi il momento esatto in cui si perfeziona il contratto ovvero il momento funzionale alla circolazione di beni e servizi (Parte III). Nella quarta parte ci si occupa della cosiddetta fase post-contrattuale, quella inerente non solo alla sicurezza e alla qualità dei prodotti, ma anche alle eventuali responsabilità per danno da prodotti difettosi. A seguire sono riportate la posizione giuridica delle associazioni dei consumatori e la disciplina dell'accesso alla giustizia (Parte V). In chiusura, invece, sono dettate alcune disposizioni finali in tema di abrogazioni, aggiornamenti, competenze di regioni e province autonome, e irrinunciabilità dei diritti (Parte VI).

La scelta di questa particolare disposizione delle norme può essere considerata come il frutto di una volontà precisa di mettere il consumatore al centro della scena?

La rilevanza del consumatore ne esce evidentemente accresciuta, tant'è che sembra diventare un vero e proprio centro di aggregazione dell'intera disciplina, basata sul carattere relazionale della

mercato

La campagna di distribuzione

IL CODICE: COME E DOVE TROVARLO

Il Ministero dello Sviluppo Economico ha provveduto a realizzare una versione cartacea del Codice del Consumo, stampata ad oggi in 25.000 copie, delle quali 20.000 in italiano e 5.000 in una versione bilingue in italiano e inglese. È stata data alle stampe anche la relativa Relazione illustrativa, nella quale vengono analizzate e commentate puntualmente le disposizioni del decreto legge. Al via anche una campagna mirata di distribuzione del volume. Il Ministero ha presentato il Codice nell'edizione 2006 del Forum PA, in occasione del quale ne sono state distribuite oltre 2.000 copie. È stata inoltre predisposta un'ampia lista di organismi e istituzioni che riceveranno il volume, tra cui spiccano organi dello Stato, autorità indipendenti, regioni, province e comuni, camere di commercio italiane ed estere, associazioni di settore, associazioni di consumatori nazionali e regionali, sindacati nazionali, università, organismi internazionali e l'Unione Europea. Il Codice, in italiano e in versione bilingue, è disponibile anche in formato digitale (Pdf), che può essere scaricato dal sito del Ministero dello Sviluppo Economico o dal portale tuttoconsumatori.it.

sua figura. Il consumatore, secondo il comune e condivisibile rilievo operato in dottrina, ha ragione di esistere solo come controparte di un procedimento che lo vede in rapporto con un soggetto a lui contrapposto comunemente, chiamato "professionista".

Tuttavia, è bene evidenziare un ulteriore profilo che emerge in maniera netta a seguito della riaggregazione. Entrambi i soggetti devono essere considerati in un contesto macroeconomico, per cui il profilo relazionale va inquadrato in una cornice di riferimento, costituita dall'ordine giuridico del mercato, entro la quale si muovono domanda e offerta, in considerazione del fatto che il mercato, come diceva l'economista Paolo Sylos Labini, non può essere considerato solo come "un vuoto riempito dalle azioni dei singoli, mossi dal loro tornaconto". A conferma di questa interpretazione il parere espresso dalla Sezione consultiva del Consiglio di Stato, a tale riguardo, ha significativamente posto in rilievo come la disciplina organica del consumo costituisca il "paradigma per qualsiasi altra sua forma, anche se disciplinata in altri settori specifici come quello bancario, assicurativo o finanziario". L'inevitabile conseguenza è che ogni deroga a tale paradigma, oltre a essere espressa e di stretta interpretazione, deve chiaramente corrispondere a un'esigenza di interesse generale. Questo rilievo permette di respingere anche alcune critiche relative al mancato inserimento in questo Codice del settore assicurativo e di quello dei mercati finanziari, ma anche di specifici mercati come quello alimentare o farmaceutico. Dalla disciplina stessa traspare l'importanza che assume il mercato di riferimento nella regolazione del procedimento che accompagna l'atto di consumo. Tali differenze tendono proprio a superare, attraverso le regole, le diversità che si vengono a determinare nei fatti e non è un caso che il legislatore tenda ad aumentare la produzione di regole quanto più la negoziazione si discosta da quella assunta come tipica del mercato concorrenziale.

Per quanto riguarda quelle che potremmo definire le "ispirazioni normative", nel Codice c'è un riferimento esplicito al dettato della Costituzione italiana. È solo una menzione dovuta o c'è di più?

Effettivamente è lo stesso articolo 1 del Codice del Consumo a dichiarare la propria ispirazione, nel riordino normativo fatto, alla Costituzione. Il riferimento non è da considerarsi così banale, ove si consideri che esso consente un'apertura alle leggi regionali per quel che concerne gli aspetti delle competenze riservate alle regioni sulle regole del mercato, come nell'articolo 44 del Codice. In questo modo la legislazione regionale può ancora trovare ampi spazi in tutto quello che riguarda la tutela preventiva, con particolare riguardo all'educazione. Inoltre, il decreto impone che le regole del mercato tengano necessariamente conto dei valori fondanti della Costituzione, revocando ogni dubbio su eventuali impostazioni legislative che intendessero permeare il mercato di valori a essa estranei.

La Costituzione, quindi, può essere considerata come una colonna portante del nuovo Codice, ma non è la sola. Sembrano esserci anche altri principi ispiratori e riferimenti normativi importanti.

Sì, non si può analizzare il lavoro prodotto senza considerare anche tutti i vari riferimenti legislativi di derivazione comunitaria. È ancora una volta il primo articolo del Codice a riferire come il riordino delle leggi, infatti, sia stato realizzato in conformità ai principi istitutivi della Comunità Europea, con particolare riguardo all'articolo 153 del Trattato istitutivo Cee. A questo proposito, di certo ha assunto rilievo prioritario il punto 2 dell'articolo, che esalta il profilo trasversale del diritto dei consumatori. Tale diritto deve attraversare tutte le politiche; ne consegue la presenza di una complementarità fra i criteri ordinanti, posto che l'interpretazione deve tendere a una ricostruzione che conduca il molteplice della realtà e delle regole all'unità dei principi.

L'ispirazione comunitaria avrebbe, però, dovuto o potuto portare a un Codice del Consumo europeo, cosa che non è avvenuta. Quali sono i motivi delle piccole e grandi divergenze che la tutela dei consumatori sembra assumere tra i vari stati UE?

Per rispondere a questa domanda bisogna necessariamente fare una premessa. In ambito europeo, attorno alla tradizionale espressione "tutela del consumatore" si sono sedimentate con il tempo una serie di direttive che perseguono un duplice obiettivo. Il primo è stato quello della tutela solitamente definita come diretta, tesa cioè a perseguire una protezione attiva, che si realizza attraverso l'attribuzione di diritti specifici e concreti. In questo ambito, di regola, è lasciata agli Stati membri la possibilità di conservare o adottare un livello di tutela più elevato rispetto a quello considerato minimo e stabilito dalla direttiva. Il secondo obiettivo è stato quello della tutela definita come indiretta, in cui, di solito, non è lasciata discrezionalità nel recepimento, in considerazione del fatto che lo scopo perseguito si può realizzare solo ed esclusivamente attraverso l'applicazione uniforme della regola.

Per questo il significato e l'impatto del nuovo Codice del Consumo devono essere necessariamente esaminati in un contesto più ampio, che tenga conto del significato e della rilevanza che assumono i diversi modelli adottati dai singoli Stati europei, al fine di realizzare quella profonda interrelazione che esiste tra politica del consumo e le altre politiche, le quali, secondo il disposto dell'art. 153 del Trattato CE, non possono prescindere dall'orizzontalità che caratterizza il diritto dei consumatori.

Questa considerazione porta a riflettere sui diversi atteggiamenti assunti dagli Stati nei confronti di questa normativa. Quali sono state le differenze più evidenti nelle modalità di recepimento tra i membri dell'UE?

Storicamente, il recepimento delle direttive nei diversi paesi euro-



Il primo modello

pei si è attuato riorganizzando la normativa mediante il ricorso a una molteplicità di modelli, strutturati in maniera molto diversa; nessuno di loro, a dire il vero, è sembrato tenere in considerazione il ruolo e la portata di quella complessità, da cui discende l'interdisciplinarietà, che caratterizza le norme a tutela del consumatore.

Un primo modello, che sarebbe più esatto definire un non-modello, è quello che, fino a poco tempo fa, era seguito fra gli altri dall'Italia, in cui la normativa a favore del consumatore, frutto di una semplice immissione nel sistema interno delle diverse direttive europee, risultava disseminata in una pluralità di leggi speciali, ciascuna delle quali prevedeva una specifica tutela in un determinato ambito.

Il secondo modello

Un secondo modello è quello adottato, ad esempio, dalla Grecia, dal Portogallo e in parte dalla Spagna. In questi paesi le leggi speciali a tutela del consumatore e dell'utente, frutto del recepimento delle direttive per quanto riguarda singoli e concreti settori, fanno da satellite alla legge generale per la difesa del consumatore e dell'utente, che rappresenta la struttura essenziale di un vero e proprio sistema interno. Tuttavia, anche questo modello sembra essere in via di mutamento. In Spagna la L. 23/2003, nel recepire la disciplina delle garanzie nella vendita dei beni di consumo, ha introdotto una disposizione finale che prevede una sorta di semplificazione e armonizzazione. Viene stabilito che, nel giro di tre anni, il Governo dovrebbe unificare le discipline, per così dire, satellitari in un unico testo, rispetto al quale però non è predeterminata la scelta per quanto riguarda la collocazione. Pertanto, la disciplina unificata potrà essere inserita nel codice civile o potrà essere raccolta in un autonomo codice del consumo.

Il terzo modello

Il terzo modello è quello adottato ormai da tempo in Francia, dove, con la L. 93-949 del 23 luglio 1993, è stato introdotto il *Code de la Consommation*, che raccoglie in un unico corpo normativo l'intera disciplina a tutela del consumatore. Questa scelta viene solitamente intesa come una precisa opzione di ordine sistematico, che tende a evidenziare una netta separazione delle nuove discipline rispetto alla disciplina codicistica.

Il quarto modello

Costituisce, allo stato attuale, un quarto modello quello adottato dal legislatore tedesco, il quale, con la legge di riforma dello *Schuldrecht* del 1° gennaio 2002, ha ricodificato il libro secondo del *Bürgerliches Gesetzbuch* (BGB), facendo confluire le norme di attuazione delle direttive nel quadro di un complesso lavoro di revisione all'interno della materia del codice civile.

Le opzioni

A ben vedere sembra, però, che la tendenza evolutiva imposta dal clima culturale presente porti a restringere il campo delle scelte future, che vengono, in definitiva, limitate a due opzioni: l'elabo-

razione di un codice autonomo ovvero l'inserimento delle singole leggi nel codice civile. Entrambe le ipotesi sottendono la necessità di rileggere la normativa esistente in chiave sistematica. In quest'ottica, possono essere intese in maniera riduttiva le diversità che solitamente vengono collegate ai due modelli. Occorre tener conto che non si tratta di due fenomeni che si muovono su due piani diversi. Infatti, il nuovo diritto dei consumatori sembra far emergere ormai con chiarezza il definitivo superamento della divisione tra diritto pubblico e diritto privato, così come viene tradizionalmente intesa, portando a compimento un fenomeno già da anni avvertito dalla dottrina più attenta, la quale suggeriva di tener conto della struttura intima del sistema economico per comprendere e valutare la portata dei cambiamenti e la loro incidenza sugli istituti tradizionali. Pertanto, la cosiddetta scelta binaria non indica una separazione rispetto a una disciplina, quella del codice civile, in gran parte collegata; indica, al contrario, la volontà di guardare alla materia per funzione, allargando la riagggregazione dal suo nucleo centrale, che è quello dello scambio e del contratto, agli aspetti che precedono il contratto stesso e che al contratto fanno seguito.

La bibliografia sul Codice del consumo

PER SAPERNE DI PIÙ

A partire dalla sua emanazione, la normativa è stata oggetto di alcune pubblicazioni corredate da commenti di esperti della materia. Tra questi segnaliamo:

■ **Commentario al Codice del consumo**, a cura di Guido Alpa e Liliana Rossi Carleo, Edizioni Scientifiche Italiane, 2005, Napoli (962 pagine);

■ **Il Codice del consumo, regole e significati**, di Massimiliano Dona, Giappichelli, 2005, Torino (280 pagine);

■ **Codice del consumo. Commento al D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206**, AA.VV., a cura di Vittorio Italia, Giuffrè Editore, Milano, 2006 (1058 pagine);

■ **Codice del consumo. Commento al D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206**, di Enzo Maria Tripodi e Claudio Belli, Maggioli editore, Rimini, 2006 (868 pagine).





ACCORDO TRA AGENZIA DELLE DOGANE E DGAMTC

Falstaff, la banca dati per la lotta alla contraffazione

di ANTONELLA D'ALESSANDRO

Le frontiere sempre più aperte, il fenomeno sempre più diffuso della globalizzazione e un evidente squilibrio tra i prezzi di produzione nelle aree del mondo hanno portato il fenomeno della contraffazione a livelli senza precedenti. Si stima che essa rappresenti ormai una cifra tra il 7 e il 10% del commercio mondiale. Oltre a danneggiare il fatturato delle aziende rispettose delle leggi, la contraffazione può minacciare seriamente la salute dei cittadini, che rischiano di ritrovarsi tra le mani merci non conformi agli standard di sicurezza imposti a livello internazionale. In questo contesto, l'Agenzia delle dogane e la Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori (Dgamtc) del Ministero dello Sviluppo Economico, hanno stipulato una convenzione per intercettare e riconoscere subito i prodotti falsi, che permette alla Dgamtc di aiutare i singoli consumatori a fare acquisti sicuri.

per ulteriori informazioni
antonella.dalessandro@attivaproduttive.gov.it

Il progetto Falstaff

L'autorità doganale si trova a fronteggiare la duplice esigenza di contrastare ogni abuso di mercato, ma anche di non ostacolare la fluidità delle transazioni delle merci da un Paese all'altro. Per questo ha approntato Falstaff (*Fully Automated Logical System To Against Forgeries and Frauds*), una banca dati che consente di confrontare in tempo reale le caratteristiche dei prodotti sospettati di contraffazione con quelle dei prodotti originali.

In pratica, ogni azienda che richiede la tutela di un prodotto inserisce autonomamente nella banca dati una scheda che identifica la merce con un codice Itv (Informazione Tariffaria Vincolante), realizzando un'associazione tra la codifica aziendale e quella doganale riconosciuta in tutta l'Unione Europea. Nella scheda possono poi essere registrate informazioni tecniche, foto e itinerari doganali, in modo da poterla individuare in maniera precisa. La novità di Falstaff risiede nel fatto che sono proprio le aziende a inserire e depositare direttamente le informazioni, creando una banca dati multimediale a disposizione di tutti gli sportelli delle dogane. Un sistema tecnologicamente avanzato che si è guadagnato sul campo la menzione d'onore agli *European awards for E-government* del 2005: un riconoscimento che ha premiato il progetto definendolo come un eccellente esempio per gli altri uffici doganali europei.



Formazione per i consumatori

A corollario della banca dati Falstaff, la Dgamtc del Ministero dello Sviluppo Economico, guidata da Daniela Primicerio, ha elaborato un progetto finanziato dal fondo derivante dalle sanzioni amministrative comminate dall'Antitrust e destinate a vantaggio dei consumatori (art. 148 della legge 300/2000). Questo piano di lavoro rivolto alla lotta alla contraffazione intende creare un servizio di orientamento per il consumatore, che sia in grado di aiutarlo a scegliere prodotti sicuri attraverso una maggior conoscenza delle caratteristiche delle merci, oltre che delle etichette e della normativa italiana e comunitaria in materia. Il progetto, pianificato per il biennio 2005/2006, intende operare con tre interventi specifici:

Sviluppo software. Questa parte comprende la creazione di un *Content management*, ovvero un gestore di contenuti, a disposizione di tutti i soggetti coinvolti, come la Pubblica Amministrazione, le associazioni di categoria e le singole imprese. In questo modo verrà a crearsi un sito alimentato automaticamente secondo le modalità adottate da Falstaff, che potrà essere utile agli operatori doganali per le loro attività di verifica, ma anche ai consumatori per orientarsi tra prodotti originali e falsi. Sul sito sarà a disposizione di tutti anche una sezione di interesse comune contenente tutta la normativa comunitaria e nazionale di riferimento. Il sistema trasmetterà in tempo reale non solo le caratteristiche dei prodotti registrati, ma anche tutte le informative sui sequestri e sui fermi di merce ritenuta contraffatta o non corrispondente alle leggi in materia di sicurezza o qualità.

Sviluppo tecnologico. Questo aspetto deriva direttamente dalla necessità di una gestione sicura dello Sviluppo software. Infatti, per garantire un accesso protetto a chi deve gestire le funzioni di *Content management*, è previsto il rilascio di una *smart card* per ogni operatore coinvolto. In questo modo sarà possibile assicurare affidabilità e sicurezza nell'aggiornamento dei contenuti non solo per il personale interno dell'Agenzia delle dogane, ma anche per i soggetti esterni abilitati all'inserimento dei dati.

Formazione e informazione. L'ultimo intervento prevede la realizzazione di moduli di *e-learning*, ovvero di formazione a distanza, che siano compatibili con i modelli normalmente utilizzati per l'aggiornamento del personale dell'Agenzia delle dogane. Il progetto di formazione sarà articolato in due moduli distinti. Il primo, destinato agli operatori del settore, fornirà le conoscenze per la gestione del *Content management*. Il secondo sarà invece programmato per consumatori e associazioni, allo scopo di migliorare la conoscenza delle problematiche legate alle merci contraffatte e delle modalità operative dei soggetti incaricati della sorveglianza.



UNA NUOVA PUBBLICAZIONE DELLA DGAMTC

Sicurezza e parchi gioco una guida per stare tranquilli

di ANTONELLA D'ALESSANDRO

Un fenomeno in crescita

I parchi gioco, soprattutto nella grandi città, rappresentano una delle poche opportunità concesse ai bambini per incontrarsi e giocare insieme all'aperto. La loro diffusione crescente e le aspettative di sicurezza richieste con sempre maggior insistenza impongono controlli e normative particolarmente stringenti. Questa considerazione è legata a doppio filo al fatto che, negli ultimi anni, il numero degli incidenti occorsi durante l'utilizzo di queste strutture è andato via via crescendo. Il dato certamente risente anche

per ulteriori informazioni
antonella.dalessandro@attivaproduttive.gov.it

della crescita esponenziale di queste aree, che su richiesta dei genitori vengono installate non solo nei parchi dalle Pubbliche Amministrazioni, ma anche da privati, come capita sempre più spesso nelle vicinanze, per esempio, dei centri commerciali. Installazioni non corrette o una manutenzione non adeguata possono però pregiudicare la sicurezza dei giochi e creare una fonte di pericolo proprio dove bambini e genitori non si aspettano.

Per rispondere a questa esigenza di tutela invocata da più parti in difesa dei più piccoli, la Direzione Generale per l'Armonizzazione del Mercato e la Tutela dei Consumatori (Dgamtc) del Ministero dello Sviluppo Economico ha realizzato una guida dal titolo "La sicurezza dei parchi gioco – Consigli pratici per l'utilizzo sicuro, la buona costruzione e l'installazione delle aree di gioco". La pubblicazione, realizzata con la collaborazione tecnica dell'Istituto Italiano Sicurezza dei Giocattoli e il Consorzio Produttori Giochi per Parchi di Federlegno-Arredo, si rivolge non solo a genitori e insegnanti, per informarli sui requisiti di sicurezza che i parchi gioco devono possedere e sui pericoli nascosti o sottovalutati, ma anche ai responsabili delle amministrazioni e, in generale, a coloro che scelgono le attrezzature da installare nei parchi gioco e che provvedono alla loro manutenzione.

Nella guida, oltre alla distinzione delle varie tipologie di giochi per bambini con tutte le caratteristiche tecniche che devono avere, è presente una sezione che evidenzia la ripartizione delle responsabilità in caso di incidente e un'altra dedicata alla normativa vigente in materia. A conclusione della pubblicazione sono collocate due appendici, che contengono consigli pratici per tutti coloro che utilizzano l'area gioco, ma anche per i costruttori e i soggetti pubblici responsabili dell'installazione.

PRODOTTO



Un testo che informa sui requisiti di sicurezza dei parchi gioco e sui pericoli nascosti o sottovalutati, consentendo di ridurre gli incidenti grazie a piccoli accorgimenti

Come accennato, cresce costantemente, a causa della loro diffusione, il numero degli incidenti che si verificano all'interno delle aree classificate come parchi gioco. In questa grande categoria sono compresi tutti quegli spazi che, custoditi o non custoditi, sono destinati al gioco dei bambini fino a 14 anni ovunque questi si trovino: dal cortile della scuola, escludendo però i campi sportivi, all'area verde di quartiere, dai villaggi turistici ai centri commerciali. Un numero consistente degli incidenti che occorrono quotidianamente in queste aree può essere però evitato con piccoli accorgimenti, a vantaggio di tutti i soggetti che la legge considera responsabili di eventuali avvenimenti dannosi a carico dei bambini. Le cause degli incidenti possono essere attribuite, da una parte, alla naturale curiosità e al mancato senso del pericolo che i bambini dimostrano, soprattutto nella fase dello sviluppo psicomotorio; d'altra parte, però, attrezzature fatiscenti con scarse protezioni per la sicurezza e un'inadeguata manutenzione possono aumentare notevolmente le situazioni a rischio.

In queste aree attrezzate le responsabilità vengono valutate caso per caso, ma sono tre i soggetti a cui risultano imputabili le colpe per eventuali incidenti.

La legge, infatti, può ritenere responsabile:

- il fabbricante/importatore/distributore delle attrezzature, nel caso in cui il problema sia da imputarsi alla non conformità con le norme tecniche di sicurezza previste (EN 1176 e EN 1177);
- il gestore che ha attrezzato l'area (Comune, scuola, villaggio turistico ecc.), nel caso in cui il problema sia riconducibile alla non corretta installazione o manutenzione delle attrezzature;
- gli accompagnatori, siano essi genitori o educatori, che hanno il dovere di vigilare su un uso corretto delle attrezzature messe a disposizione dei bambini.

Le già citate norme tecniche UNI EN 1176 e UNI EN 1177, assieme alla UNI 1123:2004, rappresentano il riferimento normativo essenziale per quanto concerne le esigenze di sicurezza e salute pubblica delle aree gioco. In quanto tali, queste norme riguardano non solo i produttori di giochi, ma anche i grossi committenti, come le Pubbliche Amministrazioni, i gestori di spazi pubblici e privati, i consumatori e le autorità preposte al controllo.

I soggetti responsabili

La normativa



La pubblicazione di tali norme in Italia va a colmare un vuoto normativo che nel passato era stato parzialmente tamponato con l'impiego della norma tedesca DIN 7926 da parte di alcuni fabbricanti e Pubbliche Amministrazioni. L'assenza di leggi specifiche sia nazionali sia comunitarie non deve certo far sottovalutare l'importanza della sicurezza nel settore dei parchi gioco. L'unico riferimento normativo nazionale attualmente in vigore è il D. Lgs. n. 172 del 21 maggio 2004, che riguarda genericamente l'obbligo per i produttori di immettere sul mercato solo prodotti sicuri, ovvero che non presentino rischi per la salute di chi li utilizza o che almeno li riducano al minimo. Per questo un prodotto è definito "sicuro" nel momento in cui rispetta quelle norme tecniche di sicurezza previste per la progettazione e realizzazione dello stesso. La corretta applicazione delle norme in questo particolare settore rappresenta un punto estremamente importante, in quanto queste sanciscono e garantiscono un elevato livello di sicurezza agli utilizzatori finali dei parchi gioco, cioè i bambini. Da qui l'importanza di conoscere e rispettare tali normative.

Le normative UNI

La norma UNI 11123:2004, dal titolo "Guida alla progettazione dei parchi e delle aree da gioco all'aperto", stabilisce il quadro generale per la progettazione e l'allestimento di parchi e aree da gioco, sia per quelli di nuova costruzione sia per quelli che saranno in futuro oggetto di modifiche, miglioramenti o ricostruzioni. Obiettivo principale della norma è proprio quello di definire dei criteri riconosciuti e rispettati di progettazione e costruzione per aree da gioco più sicure, che abbiano dimensioni adeguate e siano facilmente accessibili dalle zone abitative.

In particolare la norma, oltre a richiamare i riferimenti delle singole leggi di sicurezza delle attrezzature da gioco, stabilisce i seguenti criteri:

- garanzia di accessibilità, in quanto i bambini devono poter accedere in modo sicuro alle aree da gioco anche non accompagnati;
- abbattimento delle barriere architettoniche: per questo gli accessi e i vialetti interni non devono presentare ostacoli per portatori di handicap o mamme con carrozzine;
- dimensionamento, posizionamento e orientamento dell'area gioco, che deve offrire zone soleggiate, zone ombreggiate e zone protette dal vento e dalla pioggia;
- aree o spazi per lo sviluppo dei sensi e della motricità attraverso l'utilizzo di materiali come sabbia, argilla, sassi, ghiaia, legno, piante ecc.;
- aree o spazi di mobilità per adolescenti, come zone attrezzate per pattinaggio, pallacanestro, pallavolo, tennis da tavolo ecc.;
- sicurezza generale del parco giochi in ogni sua fase, dalla progettazione alla realizzazione e manutenzione dell'area.

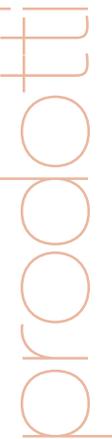
La UNI 11123:2004 cura anche altri aspetti nel settore dei parchi gioco, come, per esempio, quello relativo alla segnaletica, che deve sempre riportare oltre al nome dell'area e del gestore anche gli

eventuali orari di apertura e alcuni numeri telefonici che possano risultare utili, come quelli del Pronto soccorso, della polizia o dei vigili del fuoco. La normativa sconsiglia, inoltre, anche alcune specie botaniche considerate non adatte ad essere collocate in prossimità delle aree da gioco, perché potenzialmente pericolose per i bambini.

Le norme UNI EN 1176 e UNI EN 1177 vanno poi a completare il quadro di riferimento definendo in maniera ancora più specifica quelle che sono le norme tecniche rispettivamente sulle attrezzature e sulle superfici delle aree da gioco. In particolare definiscono, oltre ai requisiti generali su attrezzature e componenti, anche le caratteristiche dei materiali utilizzati con divieto di utilizzo di sostanze pericolose o infiammabili. Ma impongono anche la valutazione dei rischi di intrappolamento che il bambino potrebbe incontrare durante il gioco sia delle parti del corpo, come il collo o i capelli, sia di eventuali lacci, vestiti o zainetti. Precise indicazioni sono fornite sulle superfici di impatto disposte per attutire eventuali cadute e sulle norme da rispettare per coloro che gestiscono le aree gioco, che prevedono un piano di ispezioni per prevenire gli infortuni causati da attrezzature rotte o manomesse.

Al di là delle norme, la guida su "La sicurezza dei parchi gioco" si appella anche al buon senso e all'attenta vigilanza di chi accompagna i bambini a giocare. In particolare, la prima appendice indica una serie di consigli e accorgimenti che possono rivelarsi estremamente utili per prevenire piccoli e grandi incidenti.

La prima indicazione data è di far giocare i bambini solo con attrezzature che siano state pensate specificatamente per la loro fascia di età: un gioco sicuro per un bambino di dieci anni può non esserlo per uno di cinque. Inoltre ogni gioco può essere sicuro solo se viene utilizzato in modo conforme alle finalità per cui è stato concepito; è opportuno quindi verificare sempre che ne venga fatto un uso proprio. Nel parco, comunque, è sempre bene porre attenzione al terreno circostante, che deve essere morbido e senza oggetti estranei, alle distanze di sicurezza e all'eventuale presenza di angoli taglienti o di legno scheggiato. Sorvegliare sempre e costantemente il bambino sembra un'indicazione banale, ma in realtà non è mai scontata. Molto importante, infine, un abbigliamento adatto senza lunghe sciarpe, giubbetti con lacci o zaini, che limitano il movimento e facilitano le impigliature.



**Consigli
per i consumatori**



NOVITÀ IN ARRIVO PER I CONSUMATORI E GLI UTENTI

Beni culturali e turismo: aperti due Tavoli di lavoro

di MARIA ROSARIA AMOROSO

Nei primi mesi del 2006 è stato aperto un nuovo Tavolo di lavoro sulle Carte della Qualità dei servizi dedicato ai Beni Culturali e del Turismo. L'esperienza prende spunto da quella analoga conclusa nel settembre 2005 con la pubblicazione del secondo volume - dal titolo "La Carta della Qualità dei Servizi" - con il quale sono stati resi noti i risultati raggiunti al Tavolo di lavoro costituito alla Dgamtc per esaminare problematiche e stato di applicazione delle carte dei servizi in sei settori di pubblica utilità (energia elettrica e gas; trasporti; poste; risorse idriche; comunicazioni elettroniche; servizi fiscali).

per ulteriori informazioni
mariarosaria.amoroso@attivaproduttive.gov.it

Al nuovo gruppo di lavoro, coordinato come di consueto dalla Dgamtc, hanno partecipato, oltre ai rappresentanti del Ministero dei Beni Culturali e della Direzione Generale del Turismo - facente parte, agli inizi dell'anno, dell'ex Ministero delle Attività Produttive - anche gli esperti di sei Associazioni dei Consumatori (Adiconsum; Adoc; Cittadinanzattiva; Confconsumatori; Assoutenti e Movimento dei Consumatori) designati dal Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti.

I beni culturali come servizio pubblico

Il settore dei Beni Culturali, anche se al tempo della Direttiva del Presidente del Consiglio del 27 gennaio 1994 (cosiddetta Direttiva Ciampi-Cassese), che ha introdotto l'obbligo di adozione della Carta dei Servizi, non era stato annoverato tra i servizi pubblici elencati, oggi vi rientra a pieno titolo. Questo perché il nuovo Codice dei beni culturali e del paesaggio (D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42) dispone, all'art. 101, comma 3, che "Gli istituti ed i luoghi... che appartengono a soggetti pubblici sono destinati alla pubblica fruizione ed espletano un servizio pubblico", comprendendo in questo modo musei, biblioteche, archivi, aree archeologiche, parchi archeologici e complessi monumentali.

Il gruppo di lavoro ha esaminato, nelle prime riunioni, i modelli di Carta dei servizi predisposti dal Ministero dei Beni Culturali corrispondenti ai quattro gruppi di Istituti che erogano i servizi (Musei, Aree archeologiche, Biblioteche, Archivi). I modelli, peraltro, sono già stati al centro di una prima sperimentazione, in quanto in alcune sedi sono stati distribuiti al pubblico unitamente a un breve questionario di verifica del gradimento e a un modulo per sugge-



rimenti e reclami. In particolare, i partecipanti al Tavolo hanno analizzato gli aspetti riguardanti le esigenze dell'utenza, gli indicatori di qualità e gli standard di riferimento proposti.

Al riguardo, le Associazioni dei consumatori presenti al Tavolo hanno espresso parere favorevole ai contenuti degli schemi di Carta della Qualità dei Servizi che saranno allegati alla direttiva che il Ministero dei Beni Culturali si propone di emanare, ritenendoli adeguati alle finalità perseguite.

Per il settore del turismo invece, lo stato di avanzamento dei lavori del Tavolo ha portato, fino ad ora, a un approfondimento della normativa di settore; quest'ultima, a seguito degli interventi operati con la modifica del Titolo V della Costituzione (attuata con la legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3) risulta di esclusiva competenza regionale (si vedano in particolare gli artt. 117 e 118 Costituzione).

Il DPCM 13 settembre 2002 ha, in seguito, recepito l'accordo tra Stato, Regioni e Province autonome stabilendo, all'art. 1, che le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano devono fissare i principi per l'armonizzazione, la valorizzazione e lo sviluppo del sistema turistico e definire gli standard minimi di qualità dei servizi offerti dagli operatori del settore turistico. Gli ultimi interventi normativi hanno infine previsto l'istituzione del Comitato Nazionale per il Turismo (DPCM 8 settembre 2005) con funzioni di coordinamento stabile delle politiche di indirizzo del settore in sede nazionale e della sua promozione all'estero. Da ultimo, si cita la disciplina in materia di pacchetti turistici apportata dal Codice del consumo (artt. 82-100). Per quanto riguarda i servizi gestiti a livello nazionale dalla Direzione Generale per il Turismo con riflessi sulla tutela dei consumatori, questi possono essere ricondotti essenzialmente a tre tipi di attività:

- Fondo nazionale di garanzia a tutela dei turisti italiani all'estero;
- informazione garantita alle categorie svantaggiate e promozione delle strutture per disabili;
- Carta dei diritti del turista.

Data l'importanza di monitorare gli strumenti a tutela del consumatore in un settore di notevole importanza strategica per l'economia del Paese come quello del turismo, e considerando la competenza esclusiva delle Regioni, oltre che l'attività di altri Enti locali territoriali che operano ugualmente sulla materia, quali Province e Comuni, la Dgamtc ha attivato le procedure per la richiesta di designazione di rappresentanti delle suddette Istituzioni al Tavolo per proseguire i lavori nel modo più costruttivo ed efficace possibile.

Il turismo da tutelare





AL VAGLIO NUOVE NORME PER LA METROLOGIA

Gamme dei preconfezionati in attesa di un riesame

di PAOLO FRANCISCI

L'attuale normativa

Negli anni '60 l'esistenza di norme nazionali diverse in materia di quantità nominali dei prodotti inseriti in imballaggi preconfezionati (dimensioni dell'imballaggio o della bottiglia), costituiva un ostacolo alla libera circolazione delle merci tra gli Stati della Comunità Europea. Se, da un lato, era sentita un'esigenza di armonizzazione, dall'altro non vi era la volontà di imporre norme comunitarie a imprese che operavano unicamente sul mercato nazionale. L'armonizzazione è stata perciò "facoltativa": gli Stati membri dovevano adottare le norme comunitarie, ma nel mercato nazionale avrebbero potuto applicare anche le norme nazionali, permettendo la libera circolazione solo ai prodotti conformi alle norme comunitarie. Solo per vino e bevande alcoliche spiritose furono rese obbligatorie le gamme comunitarie. La prima legislazione comunitaria in materia di gamme dimensionali per prodotti in imballaggi preconfezionati risale al 1975 e prevede disposizioni sia per i requisiti metrologici, sia per le gamme.

per ulteriori informazioni
paolo.francisci@attivaproduttive.gov.it

TABELLA 1	Le Direttive CEE	
	Liquidi destinati al consumo umano	Altri liquidi e non liquidi
Requisiti metrologici	Direttiva 75/106/CEE-Allegati 1 e 2	Direttiva 76/211/CEE ¹
Gamme di dimensioni/quantità	Direttiva 75/106/CEE ² - Allegato 3	Direttiva 80/232/CEE ³

La necessità di un riesame

Un gruppo di lavoro costituito nell'ambito dello Slim-IV (Semplificazione della legislazione per il mercato interno), costituito da rappresentanti degli Stati membri, delle parti interessate (questi ultimi indicati dalla Commissione), dal Consiglio e da esperti indipendenti, ha formulato alcune raccomandazioni sulla legislazione comunitaria relativa alle dimensioni degli imballaggi, proponendo: "di ridurre la complessità e di tener conto dell'evoluzione delle tendenze e delle preferenze dei consumatori durante il periodo transitorio e delle riserve avanzate sull'opportunità di questo tipo di legislazione. [...] gli Stati membri hanno conservato il diritto di fissare gamme su scala nazionale dato il carattere facoltativo delle disposizioni comunitarie. La varietà delle norme, in parte, ha portato ad una compartimentazione in vari mercati nazionali all'interno della Comunità europea".



L'esigenza di un tale riesame è stata rafforzata dalla sentenza della Corte di giustizia europea nella causa Cidrerie-Ruwet, nella quale si afferma che la "giurisprudenza Cassis de Dijon" si applica anche alle dimensioni degli imballaggi nazionali, per cui gli Stati membri devono accettare nei propri mercati le merci legalmente prodotte e commercializzate in un altro Stato membro,⁴ salvo ragioni imperative d'interesse generale; il che è difficile che accada per le dimensioni degli imballaggi.

La Commissione ha condotto una valutazione di impatto delle varie strategie legislative possibili, che ha dimostrato come le dimensioni libere rappresentino la soluzione più favorevole, garantendo piena e completa concorrenza per le imprese, nonché libertà di scelta per i consumatori. La deregolamentazione si giustifica anche alla luce della trasparenza offerta dalla normativa europea a favore dei consumatori, che prescrive l'indicazione del prezzo unitario e vieta le pratiche e la pubblicità ingannevole. La legislazione nazionale accresce la confusione nel mercato interno mentre le dimensioni imposte limitano la possibilità di adattare i prodotti alle esigenze dei consumatori. In alcuni settori, tuttavia, potrebbe essere opportuno mantenere una regolamentazione completamente armonizzata, in quanto studi ulteriori indicano che le dimensioni imposte consentono di controbilanciare l'enorme pressione esercitata dagli acquirenti della grande distribuzione sulle piccole e medie imprese; queste, altrimenti, incorrerebbero in costi eccessivi, soprattutto in settori caratterizzati da una debole crescita strutturale della domanda e abituati a dimensioni imposte.

Alcuni aspetti della protezione dei consumatori sono stati disciplinati in diversi testi normativi comunitari,⁵ elaborati anche sulla base della legislazione sul preconfezionamento. Essa vieta pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori e instaura un sistema adeguato d'informazione ai consumatori mediante etichettatura. L'indicazione dei prezzi unitari per chilogrammo o per litro consente un rapido raffronto anche in imballaggi di dimensioni diverse.

Le disposizioni in materia ambientale continuano a essere applicabili e le dimensioni non ostacolano l'attuazione delle norme ambientali, in particolare nella prevenzione dei rifiuti che presuppone la riduzione degli imballaggi.

Le imprese non sono contrarie alle gamme libere, che permettono un rapido adeguamento ai bisogni dei consumatori, l'agevole introduzione di innovazioni e la realizzazione di economie di scala. Le dimensioni obbligatorie possono ridurre i rendimenti delle imprese e obbligarle a investimenti supplementari. I produttori italiani di preconfezionati sono in linea di massima favorevoli alla liberalizzazione delle gamme, ma per quanto riguarda alcuni prodotti tipici (pasta, caffè tostato e latte) sarebbero favorevoli all'introduzione di gamme comunitarie obbligatorie in tutti i paesi.

Politica ambientale e dei consumatori

1. Direttiva 76/211/CEE del Consiglio, del 20 gennaio 1976, per il ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri relative al condizionamento in massa o in volume di alcuni prodotti in imballaggi preconfezionati.

2. Direttiva 75/106/CEE del Consiglio, del 19 dicembre 1974, per il ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri relative al condizionamento in volume di alcuni liquidi in imballaggi preconfezionati.

3. Direttiva 80/232/CEE del Consiglio, del 15 gennaio 1980, per il ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri relative alle gamme di quantità nominali e capacità nominali ammesse per taluni prodotti in imballaggi preconfezionati.

4. Causa C-3/99, 12 ottobre 2000, Cidrerie Ruwet SA contro Cidre Stassen SA e HP Bulmer Ltd.

5. Di seguito si indicano i principali strumenti normativi comunitari per la protezione dei consumatori:

- direttiva 2000/13/CE su etichettatura e presentazione dei prodotti alimentari;
- direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole (modificata dalla direttiva 97/55/CE al fine di includere la pubblicità comparativa);
- direttiva 98/6/CE sulla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori (prezzi per litro/chilogrammo).



DUE PROGETTI OPERATIVI TRA DGAMTC E GDF

Luci e giocattoli Stop alle importazioni illegali

di ANTONELLA D'ALESSANDRO

È cresciuto nell'ultimo anno il numero dei prodotti identificati come pericolosi nell'ambito dell'Unione Europea. Lo ha affermato il Rapporto "Rapid Alert System", pubblicato a marzo dalla Commissione Europea. Le notifiche, infatti, sono raddoppiate, passando dalle 388 del 2004 alle 701 del 2005, e di queste quasi il 50% riguarda i prodotti importati, con in testa giocattoli (25%) e apparecchi elettrici. Proprio per fronteggiare questa invasione di merci pericolose in settori particolarmente delicati e di uso comune, la Direzione Generale per l'Armonizzazione del Mercato e la Tutela dei Consumatori (Dgamtc) del Ministero dello Sviluppo Economico ha realizzato due progetti in collaborazione con il Nucleo Tutela Mercati della Guardia di Finanza, in attuazione di un Protocollo siglato a febbraio del 2005, per garantire l'offerta di soli prodotti che garantiscano gli standard di sicurezza imposti dalle leggi nazionali e comunitarie. Sono così nati il progetto Sicurezza Giocattoli per l'eliminazione dei prodotti non conformi destinati ai bambini fino a 14 anni e il progetto Luce Gialla per la sicurezza dei prodotti di illuminazione.

per ulteriori informazioni
antonella.dalessandro@attivitaproductive.gov.it

Il sistema Rapex Entrambi i progetti, "Sicurezza Giocattoli" e "Luce Gialla" confluiranno nel sistema Rapex (*Rapid exchange system*), adottato ormai da alcuni anni dalla Comunità Europea per garantire un'efficace barriera e una rapida reazione ai tentativi di ingresso di merci illegali. La sicurezza dei prodotti immessi sul mercato è, infatti, garantita dalla normativa comunitaria che tutela in maniera elevata e uniforme la salute e la sicurezza dei consumatori, ma questa barriera teorica rimarrebbe tale senza un adeguato sistema di controllo. Per questo l'Unione Europea ha creato Rapex, un sistema di allarme rapido per quei rischi gravi derivanti da tutti i prodotti di consumo, ad eccezione degli alimentari e dei farmaci, per i quali sono attivi sistemi *ad hoc*.

La procedura prevede che, nel caso in cui vengano individuati prodotti non a norma che presentino rischi tali da richiedere un intervento rapido, gli Stati Membri debbano informare immediatamente la Commissione Europea tramite il sistema Rapex. La notifica fatta tramite formulario deve contenere:

- le informazioni che individuano il prodotto;



- la descrizione del rischio e gli studi esistenti per valutarlo;
- le misure già adottate;
- le informazioni sulla distribuzione del prodotto all'interno dei paesi destinatari.

La Commissione, a questo punto, può approvare interventi rapidi e, dopo aver consultato gli Stati, può assumere delle decisioni permanenti o temporanee. Le decisioni comportanti una restrizione alla commercializzazione di un prodotto devono in ogni caso essere motivate e sono soggette a ricorso dinanzi ai tribunali competenti.

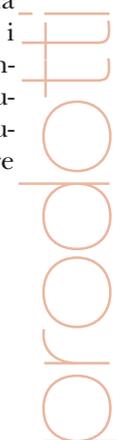
I numeri riscontrati nell'ultimo Rapporto "Rapid Alert System", insieme all'esperienza messa in campo dalla Guardia di Finanza in tema di sequestri di merci irregolari, hanno convinto dell'esigenza di realizzare un deciso e massiccio intervento nel settore dei giocattoli. Accanto alle problematiche della contraffazione e della tutela della proprietà intellettuale, particolarmente attuali in questo settore, appare estremamente importante e urgente garantire la sicurezza dei destinatari principali dei prodotti, ovvero tutti i bambini al di sotto dei 14 anni. Per questo il progetto Sicurezza Giocattoli si propone di individuare e conseguentemente eliminare dal mercato tutti quei prodotti che risultino non conformi agli standard stabiliti a livello comunitario e nazionale.

Per raggiungere questo obiettivo, il progetto prevede l'elaborazione di un approfondito quadro metodologico e normativo che possa assistere nei loro compiti i reparti operativi delle Fiamme Gialle.

Anche nel caso del progetto rivolto alla sicurezza dei prodotti di illuminazione, la finalità degli sforzi congiunti della Direzione Dgamtc e della Guardia di Finanza è stata di individuare ed eliminare dal mercato tutti quei prodotti nel settore dell'illuminazione che potessero essere pericolosi o che comunque non rispettassero le norme di sicurezza. A questo scopo, con la collaborazione dell'Istituto Italiano del Marchio di Qualità (IMQ), sono state redatte e messe a disposizione delle Fiamme Gialle delle schede tecniche che permettessero una più veloce e precisa individuazione dei prodotti pericolosi. I risultati dell'operazione Luce Gialla sono veramente significativi: fino a oggi sono stati oltre 36.000 i prodotti di illuminazione sequestrati. Complessivamente, nel biennio 2003-2005, il 40% dei sequestri operati presso le dogane comunitarie era costituito da materiale elettrico, con numerose produzioni illegali provenienti dall'Estremo Oriente e in particolare dalla Cina.

**Il progetto
"Sicurezza
giocattoli"**

**Il progetto
"Luce gialla"**





Le novità normative per le etichette

di MARIA ROSARIA AMOROSO

Con il Decreto del 22 luglio 2005, adottato congiuntamente dal Ministero dello Sviluppo Economico (al tempo Ministero delle Attività Produttive) e dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, viene dedicata una specifica normativa a tutela di alcune tra le più note specialità della tradizione dolciaria italiana, in quan-

per ulteriori informazioni
mariarosaria.amoroso@attivitaiproduttive.gov.it

to vengono definite con precisione le caratteristiche e la composizione di Panettone, Pandoro, Colomba, Savoiaro, Amaretto e Amaretto morbido. Per far conoscere e chiarire i contenuti di questa normativa ai cittadini, la Direzione Generale per l'Armonizzazione del Mercato e la Tutela dei Consumatori (Dgamtc) ha realizzato un opuscolo dal titolo "L'etichetta di panettone, pandoro, colomba, savoiaro, amaretto e amaretto morbido" che, oltre a spiegare la definizione dei prodotti, ne individua gli ingredienti obbligatori e quelli facoltativi e illustra le informazioni che devono necessariamente comparire in etichetta.

Le sei regole

Ecco gli elementi salienti del provvedimento ministeriale:

- 1) Per ogni prodotto devono essere indicati gli ingredienti obbligatori, quelli facoltativi e il procedimento di produzione.
- 2) È previsto l'utilizzo della denominazione anche per i prodotti privi di alcuni ingredienti e/o arricchiti di altri, purché le variazioni siano indicate in etichetta, ad esempio, uvetta e canditi nel panettone.
- 3) Ulteriori ingredienti caratterizzanti il prodotto, usati in aggiunta a quelli previsti, devono essere dichiarati nella denominazione di vendita, indicandone la relativa percentuale d'impiego.
- 4) Panettoni, pandori e colombe di piccole dimensioni possono essere denominati "Panettoncini", "Pandorini" e "Colombine".
- 5) Le regole di produzione e commercializzazione sono identiche sia per i prodotti industriali che per i prodotti artigianali.
- 6) I prodotti non conformi alle disposizioni del decreto non possono utilizzare le denominazioni riservate, ma devono essere commercializzati con denominazioni diverse quali, ad esempio, "dolce di Natale" in luogo di "Panettone" o "Pandoro"; "biscotto all'uovo" in luogo di "Savoiaro"; "biscotti alle mandorle" in luogo di "Amaretto".



La nuova disciplina, nel rispetto della ricetta tradizionale, ha regolamentato anche il sistema produttivo allo scopo di contribuire alla caratterizzazione del prodotto.

Panettone. La denominazione «Panettone» è riservata al prodotto dolciario da forno a pasta morbida, ottenuto per fermentazione naturale da pasta acida, di forma a base rotonda con crosta superiore screpolata e tagliata in modo caratteristico, di struttura soffice ad alveolatura allungata e aroma tipico di lievitazione a pasta acida.

Gli ingredienti obbligatori sono: farina di frumento; zucchero; uova di gallina di categoria "A" (cioè uova fresche) o tuorlo d'uovo, o entrambi, in quantità tali da garantire non meno del 4% in tuorlo; materia grassa butirrica (cioè burro), in quantità non inferiore al 16%; uvetta e scorze di agrumi canditi, in quantità non inferiore al 20%; lievito naturale costituito da pasta acida; sale.

Esempio di Panettone – Ingredienti: farina di frumento, uva sultana, uova, burro, frutta candita (scorze d'arancia, scorze di cedro, sciroppo di glucosio-fruttosio, correttore d'acidità: acido citrico), zucchero, lievito naturale, emulsionanti: mono- e digliceridi degli acidi grassi, aromi e sale.

Pandoro. La denominazione «Pandoro» è riservata al prodotto dolciario da forno a pasta morbida, ottenuto per fermentazione naturale da pasta acida di forma a tronco di cono con sezione a stella ottagonale e con superficie esterna non crostosa, una struttura soffice e setosa ad alveolatura minuta e uniforme e aroma caratteristico di burro e vaniglia. Gli ingredienti obbligatori sono: farina di frumento; zucchero; uova di gallina di categoria "A" (cioè uova fresche) o tuorlo d'uovo, o entrambi, in quantità tali da garantire non meno del 4% in tuorlo; materia grassa butirrica (cioè burro), in quantità non inferiore al 20%; lievito naturale costituito da pasta acida; aromi di vaniglia o vanillina; sale.

Esempio di Pandoro – Ingredienti: farina di frumento, zucchero, uova fresche, burro, lievito naturale, latte scremato in polvere, emulsionanti: mono- e digliceridi degli acidi grassi, sale, aromi. Bustina di zucchero impalpabile - Ingredienti: zucchero, amido di frumento, aromi.

Colomba. La denominazione «Colomba» è riservata al prodotto dolciario da forno a pasta morbida, ottenuto per fermentazione naturale da pasta acida, di forma irregolare ovale simile alla colomba, una struttura soffice ad alveolatura allungata, con glassatura superiore e una decorazione composta da granella di zucchero e almeno il 2% di mandorle, riferito al prodotto finito e rilevato al momento della decorazione. Gli ingredienti obbligatori sono: farina di frumento; zucchero; uova di gallina di categoria "A" (cioè uova fresche) o tuorlo d'uovo, o entrambi, in quantità tali da garantire non meno del 4% in tuorlo; materia grassa butirrica

Definizioni e caratteristiche



Consigli
d'uso

COME CONSERVARLI AL MEGLIO

Per mantenere inalterate le loro qualità, i prodotti dolciari da forno dovrebbero essere conservati in condizioni ambientali idonee. A tale proposito, si consiglia di tenere questi prodotti in un luogo fresco e asciutto, oltre che lontano da fonti di calore, anche dopo la loro apertura. Per quanto concerne Panettone, Pandoro e Colomba, si suggerisce di lasciarli riposare in un ambiente caldo o comunque nelle vicinanze di una fonte di calore, solo prima del consumo. In questo modo verranno esaltate la sofficità e la fragranza della pasta, ricca di uova e di burro.

(cioè burro), in quantità non inferiore al 16%; scorze di agrumi canditi, in quantità non inferiore al 15%; lievito naturale costituito da pasta acida; sale.

Esempio di Colomba – Ingredienti: farina di frumento, zucchero, scorze d'arancia candite (scorze d'arancia, sciroppo di glucosio-fruttosio, correttore d'acidità: acido citrico), uova fresche, burro, granella di zucchero, mandorle, albume, lievito naturale, emulsionante: mono- e digliceridi degli acidi grassi, amido di riso, latte scremato in polvere, sale, aromi.

Savoiaro. La denominazione «Savoiaro» è riservata al biscotto di pasticceria all'uovo avente forma caratteristica a bastoncino con struttura caratterizzata da alveolatura minuta e regolare e con superficie superiore ricoperta di zucchero e aroma tipico di vaniglia e limone. Il prodotto deve presentare una percentuale di umidità tra il 4% e il 12%.

Gli ingredienti obbligatori sono: zuccheri; farina di frumento; uova intere di gallina di categoria "A" (cioè uova fresche) in quantità non inferiore al 26%. L'etichetta deve obbligatoriamente riportare la percentuale di uova.

Esempio di Biscotti Savoiaro – Ingredienti: farina di frumento, zucchero, uova (26%), sciroppo di glucosio/fruttosio, agenti lievificanti (carbonato acido di sodio, carbonato acido di ammonio), sale e aromi.

Amaretto. La denominazione «Amaretto» è riservata al biscotto di pasticceria a pasta secca avente forma caratteristica tondeggiante, con struttura cristallina e alveolata e superficie superiore screpolata e gusto tipico di mandorla amara, con eventuale aggiunta di granella di zucchero. Il prodotto presenta una percentuale di umidità inferiore al 3%. Gli ingredienti obbligatori sono: zucchero (saccarosio); mandorle di albicocca (armelline), con contenuto di grasso superiore al 45%, mandorle, singolarmente o in combinazione, in quantità tali da garantire non meno del 13% di mandorle complessive; albume d'uovo di gallina.

Per l'Amaretto si dovrà indicare la percentuale di mandorle e di mandorle di albicocca (armelline).

Esempio di Amaretto – Ingredienti: zucchero, mandorle (12%), mandorle d'albicocca (9%), albume d'uovo, sale, aromi.

Amaretto Morbido. La denominazione «Amaretto Morbido» è riservata al biscotto di pasticceria a pasta morbida avente forma caratteristica tondeggiante, con superficie superiore screpolata. Il prodotto deve presentare una percentuale di umidità almeno dell'otto per cento. Gli ingredienti principali sono: zucchero (saccarosio); mandorle di albicocca (armelline), con contenuto di grasso superiore al 45%, mandorle, singolarmente o in combinazione, in quantità tali da garantire non meno del 35% di mandorle complessive; albume d'uovo di gallina.

Per l'Amaretto Morbido si dovrà indicare la percentuale di mandorle e di mandorle di albicocca (armelline).

Esempio di Amaretto Morbido – Ingredienti: zucchero, mandorle (25%), mandorle di albicocca (10%), albume d'uovo. Le percentuali dei due tipi di mandorle vanno indicate separatamente.

I prodotti venduti direttamente nei laboratori possono essere commercializzati senza etichetta, purché sul banco di vendita sia esposto un cartello che indichi la denominazione di vendita e la lista degli ingredienti. È consentito fornire le stesse indicazioni attraverso un registro dei singoli prodotti esposto nel punto di vendita e a disposizione degli acquirenti.

I requisiti indispensabili per "Panettone", "Pandoro" e "Colomba" sono la lievitazione naturale e la presenza obbligatoria ed esclusiva di burro e uova fresche, in quantità minime ben precise. Ad esempio:

- per preparare un Panettone da 1.000 grammi secondo la ricetta base sopra indicata, occorreranno almeno 4 uova fresche, 120 grammi di burro e 200 grammi tra uvetta e canditi;
- per preparare un Pandoro da 1.000 grammi, occorreranno almeno 4 uova fresche e 150 grammi di burro;
- per preparare una Colomba da 1.000 grammi, si impiegheranno almeno 4 uova fresche, 110 grammi di burro e 130 grammi di canditi.

Nel "Savoiaro" l'elemento caratterizzante è costituito dalle uova fresche, che devono essere presenti in una quantità non inferiore al 26%.

Entrambe le versioni dell'"Amaretto" sono caratterizzate dalla presenza di mandorle e armelline, in quantità minime ben precise e con caratteristiche qualitative chiaramente indicate.

Infine, per ogni prodotto sono definiti chiaramente gli eventuali ingredienti facoltativi che possono essere usati in aggiunta a quelli obbligatori della ricetta base. Il nuovo Decreto non prescrive una gamma obbligatoria di peso. Ciò significa che le imprese sono libere di utilizzare i valori che desiderano. Il consumatore sarà comunque garantito perché è sempre obbligatorio dare l'indicazione del prezzo per chilogrammo.

Accanto alle versioni "classiche", vengono disciplinate le versioni "speciali e arricchite": quelle con farciture, ripieni, glassature e decorazioni, che comunque dovranno contenere per Panettone, Pandoro e Colomba almeno il 50% dell'impasto base, mentre per Savoiaro e Amaretti almeno il 60%. In etichetta, accanto alla denominazione riservata, devono figurare tutte le variazioni, per consentire al consumatore di comprendere agevolmente le reali caratteristiche del prodotto che lo differenziano dalla versione classica.

**La vendita diretta
nei laboratori**

**Caratteristiche
indispensabili**

Le versioni speciali





UNA PUBBLICAZIONE CONFRONTA GLI ORDINAMENTI

Garanzie post-vendita, le 15 strade dell'Europa unita

di ANTONIA MARTELLI

Ci sono almeno quindici modi diversi per essere consumatori in Europa. Lo dice una nuova pubblicazione del Ministero dello Sviluppo Economico, che mette a confronto le normative dei quindici Stati europei (prima dell'ultimo allargamento dell'UE) che hanno recepito la direttiva europea 99/44/CE del 25 maggio 1999, su taluni aspetti della vendita e delle garanzie dei beni di consumo.

Il volume, dal titolo "Le garanzie post-vendita sui beni in Europa", è incentrato sull'analisi delle diverse modalità di recepimento della direttiva. In effetti, le disposizioni della normativa comunitaria hanno rappresentato una solida base a sostegno della tutela dei consumatori, puntando a determinare un'unificazione intracomunitaria del diritto anche su questo settore così delicato. Ma, al contempo, la direttiva lascia il compito dell'elaborazione delle leggi direttamente ai singoli legislatori nazionali, i quali mantengono un certo grado di discrezionalità riguardo alle modalità di applicazione e ai contenuti stessi delle indicazioni comunitarie.

Il libro, nel quale vengono riprodotte in lingua originale e in traduzione italiana le varie normative nazionali di recepimento, evidenzia come ogni Stato abbia plasmato le indicazioni della direttiva in base alle proprie consuetudini e tradizioni legislative, determinando, pur in un contesto generale di armonizzazione a livello europeo, differenze anche consistenti tra Paese e Paese. Si tratta di aspetti sicuramente non marginali, con evidenti implicazioni pratiche sulla vita dei consumatori, che al giorno d'oggi, come cittadini europei, non possono più prescindere dalla conoscenza sia del diritto comunitario sia di quello dei singoli paesi dell'Europa unita. Chiunque si accinga ad acquistare un bene non solo in Italia, ma in uno qualsiasi degli altri Stati europei, troverà nel volume un valido strumento per conoscere, e quindi far valere, i differenti diritti per la tutela dei consumatori messi a disposizione dai singoli legislatori nazionali. Tra i punti di maggior rilevanza sui quali il libro evidenzia differenze tra i vari paesi spiccano, ad esempio, la durata della garanzia; il termine entro il quale deve essere notificata dal consumatore la presenza di un difetto nel bene acquistato; o ancora il periodo entro il quale il venditore deve porre rimedio (con la riparazione o la sostituzione del bene o con il rimborso) al difetto riscontrato dall'acquirente. Come si vede, sono tutti elementi che incidono significativamente sulle modalità in cui i consumatori possono tutelarsi in caso di compravendita di un bene.

Il volume, accanto all'utilità pratica per il cittadino comune, rappresenta inoltre uno strumento di indubbio interesse per gli specialisti del settore.

Infine
documenti

Ad esempio, vengono messe a confronto le modalità utilizzate dai singoli legislatori per inserire le disposizioni comunitarie nelle varie normative nazionali preesistenti. La casistica è tra le più variegata, con modifiche al codice civile, al codice del consumo o a varie leggi settoriali di tutela dei consumatori, magari emendando disposizioni precedenti. Si può comunque affermare che lo sforzo di unificazione del diritto a livello europeo, anche se limitato a finalità di sola armonizzazione, rappresenta per i singoli Stati uno stimolo a unificare e semplificare disposizioni normative spesso affidate a un ampio corpus di leggi speciali, magari accorpandole in un unico testo o inserendole in un'apposita sezione del codice civile. È ciò che avvenuto in Italia, ad esempio, con la recente emanazione del Codice del Consumo. Per approfondire tematiche squisitamente di diritto internazionale, il libro è corredato da una serie di interventi di esperti del settore. Inoltre, per offrire al lettore uno sguardo d'insieme, è accompagnato da una sorta di poster che contiene un quadro sinottico (in forma di domanda e risposta) dei principali elementi di contatto e differenziazione tra le singole normative nazionali.

A seguire si presenta in anteprima uno studio di diritto comparato presente nel volume, che spiega la genesi e le finalità del progetto e fornisce un'analisi dettagliata dei suoi risultati.

La presente pubblicazione, dal titolo **Le garanzie post-vendita sui beni in Europa**, interviene a distanza di due anni dalla prima, ossia **Le garanzie post-vendita sui beni**, in cui veniva diffusa la nota esplicativa ministeriale, che aveva lo scopo di far conoscere ai consumatori italiani i diritti di cui erano divenuti titolari a seguito dell'introduzione in Italia della nuova disciplina di matrice comunitaria¹, che ha sovvertito, per i soli consumatori, i principi ormai consolidati sull'istituto della vendita, elaborati da due millenni di dottrina e giurisprudenza.

L'art. 8 della Direttiva 99/44/CE su taluni aspetti della vendita e delle garanzie dei beni di consumo definisce la direttiva stessa "a protezione minima"²: ciò significa che il legislatore comunitario ha concesso agli Stati membri di adottare o mantenere in vigore disposizioni più rigorose finalizzate a garantire un livello più elevato di tutela del consumatore.

Da ciò è nata l'idea di effettuare uno studio comparato sui vari istituti introdotti nei Paesi comunitari a seguito del recepimento della direttiva sulle garanzie post-vendita, al fine di porre in luce eventuali differenze nella tutela del consumatore, a seconda che l'acquisto del bene di consumo avvenga in un Paese comunitario o in un altro.

Lungi dall'aver finalità o velleità scientifiche (compito che va giustamente lasciato alle Università), questa pubblicazione ha invece finalità eminentemente pratiche.

Si fa qualche esempio per chiarire la grande utilità pratica di tale lavoro di diritto comparato. Consultando la pubblicazione del Ministero, ad esempio:

- un consumatore italiano che acquisti un bene di consumo in Finlandia scoprirà che la garanzia sul prodotto acquistato durerà tre anni invece di due;

1. Il decreto legislativo 2 febbraio 2002, n. 24, recante attuazione della direttiva 1999/44/CE su taluni aspetti della vendita e delle garanzie di consumo, è stato pubblicato sulla G.U. dell'8 marzo 2002 ed è entrato in vigore il 23 marzo 2002.

Il decreto legislativo ha novellato il codice civile introducendo, agli articoli da 1519bis a 1519nonies, un apposito paragrafo dal titolo "della vendita dei beni di consumo".

Questi nuovi articoli del codice civile sono tuttavia stati successivamente abrogati dall'art. 146, lett. s), del D. Lgs. 6 settembre 2005, n. 206, recante il Codice del consumo, e il loro contenuto, sostanzialmente inalterato, è stato trasfuso negli artt. 128-135 del Codice del consumo stesso.

Nessuna modificazione è stata per contro apportata alla disciplina codicistica "generale" del contratto di compravendita, la quale è rimasta peraltro applicabile anche alle vendite di beni di consumo, "per quanto non previsto" dagli artt. 128-135 del Codice del consumo (cfr. art. 135, comma 2, del Codice del consumo).

2. Articolo 8 (Diritto nazionale e protezione minima)

1. L'esercizio dei diritti riconosciuti dalla presente direttiva lascia impregiudicato l'esercizio di altri diritti di cui il consumatore può avvalersi in forza delle norme nazionali relative alla responsabilità contrattuale o extracontrattuale.

2. Gli Stati membri possono adottare o mantenere in vigore, nel settore disciplinato dalla presente direttiva, disposizioni più rigorose, compatibili con il trattato, per garantire un livello più elevato di tutela del consumatore.

Infine
documenti



- un consumatore austriaco, in caso di acquisto di un bene di consumo in Italia, dove è previsto l'obbligo di notifica del difetto di conformità entro due mesi dalla scoperta a pena di decadenza, non perderà il diritto di esperire i rimedi per non avere notificato nei termini il difetto al venditore italiano;
- un venditore irlandese che apra un negozio di vendita al dettaglio in Francia saprà che deve provvedere alla riparazione o sostituzione del bene richieste dal consumatore entro il termine perentorio di un mese dalla richiesta;
- un produttore italiano che venda i suoi prodotti a un rivenditore danese saprà che, in caso di difetto di conformità del bene da lui prodotto, potrà essere chiamato in causa con azione diretta dal consumatore danese che abbia acquistato nel suo Paese il prodotto italiano.

Per quanto riguarda il metodo di lavoro, il Ministero ha elaborato otto domande e poi ha cercato le risposte nelle leggi di recepimento della direttiva 99/44/CE in 15 Paesi comunitari, precisamente Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia. È evidente che le domande vertono su argomenti nei quali ogni Paese era stato lasciato libero di fare le sue scelte dal legislatore comunitario, quindi non su argomenti in cui l'armonizzazione, sebbene minimale, era obbligatoria.

Le domande poste sono le seguenti:

- 1) È stato novellato il codice civile? Sono state modificate le norme relative alla vendita?
- 2) La nuova normativa si applica solo ai consumatori o anche ai professionisti (art. 1, comma 2, lettera a) della direttiva 99/44/CE)?
- 3) È abbreviato il periodo di garanzia biennale per i beni usati (considerando 16 e art. 7, comma 2, della direttiva 99/44/CE)?
- 4) È prevista una riduzione del rimborso a seguito dell'uso del bene (considerando 15 della direttiva 99/44/CE)?
- 5) È stato previsto un obbligo di notifica o denuncia del difetto di conformità del bene, a pena di decadenza (considerando 19 e art. 5, comma 2, della direttiva 99/44/CE)?
- 6) È stata prevista la responsabilità diretta del produttore (considerando 23 e art. 12 della direttiva 99/44/CE)?
- 7) Sono inclusi nei "beni di consumo" i beni usati venduti in un'asta alla quale il consumatore abbia la possibilità di assistere personalmente (art. 1, comma 3, della direttiva 99/44/CE)?
- 8) Sono specificati i concetti di "lasso di tempo ragionevole" e "senza notevoli inconvenienti per il consumatore" (art. 3, comma 3, della direttiva 99/44/CE)?

Lo studio di diritto comparato è stato reso possibile dall'accurata traduzione in italiano delle singole leggi nazionali, effettuata dal Centro Studi e Servizi sul diritto straniero e delle relazioni internazionali (Ce.St.Int) presso il Dipartimento di Scienze giuridiche dell'Università di

Ferrara, e curata personalmente dal prof. Giovanni De Cristofaro e dal prof. Alessandro Somma, che non finirò mai di ringraziare. Passiamo ora alle risposte.

1) È stato novellato il codice civile? Sono state modificate le norme relative alla vendita?

Per quanto riguarda il metodo con cui i quindici legislatori nazionali sono intervenuti sul corpus normativo nazionale, introducendo le norme di recepimento della direttiva nel codice civile, ovvero inserendole in un testo unico delle leggi di tutela dei consumatori ovvero attuando il recepimento con una norma settoriale, la situazione è la più varia.

I dati ricavabili dalla ricerca su questo particolare aspetto vanno inoltre correlati con la scelta dei singoli legislatori di rendere applicabile la normativa *de quo* solo alle vendite cosiddette *B to C* (come l'Italia) ovvero anche alle vendite tra professionisti e tra consumatori, nonché alla definizione di consumatore adottata in ciascun Paese, che costituisce il limite soggettivo (ad esempio in Italia consumatore è solo la persona fisica, mentre in Spagna lo sono anche le persone giuridiche) e alla definizione di bene di consumo, che costituisce il limite oggettivo (ad esempio in Italia l'oggetto della normativa sono i beni mobili anche usati, mentre in Portogallo vi rientrano anche i beni immobili).

Ma vediamo in dettaglio.

Per quanto riguarda l'**Italia**, originariamente la disposizione di attuazione della direttiva, ossia il D. Lgs. 2-2-2002, n. 24, aveva inserito nel codice civile, in un apposito paragrafo introdotto all'interno della sezione della disciplina codicistica del contratto di compravendita dedicata alla vendita di cose mobili, gli articoli da 1519*bis* a 1519*nonies*. Questi nuovi articoli del codice civile sono tuttavia stati successivamente abrogati dall'art. 146, lett. s), del D. Lgs. 6 settembre 2005, n. 206, recante il Codice del consumo, e il loro contenuto, sostanzialmente inalterato, è stato trasfuso negli artt. 128-135 del Codice del consumo stesso. Nessuna modificazione è stata per contro apportata alla disciplina codicistica "generale" del contratto di compravendita, la quale è rimasta peraltro applicabile anche alle vendite di beni di consumo, "per quanto non previsto" dagli articoli da 128 a 135 del Codice del consumo (cfr. art. 135, comma 2, del Codice del consumo)³.

Analogo la scelta del legislatore **francese**⁴, dove le norme di recepimento sono state inserite nel Codice del consumo (dall'art. L. 211-1 all'art. L. 211-18). Del codice civile è stato modificato soltanto il comma 1 dell'art. 1648.

Per quanto riguarda l'**Austria**⁵, alcune disposizioni della direttiva, in particolare gli artt. 2, par. 1-4 (*Conformità al contratto*), 3 (*Diritti del consumatore*), 4 (*Diritto di regresso*) e 5 (*Termini*), sono state attuate da norme che sono state inserite nel codice civile austriaco e precisamente nelle disposizioni dei §§ 922, 924, 933 e 933b ABGB: queste disposizioni val-



³ Cfr. pp. 42-45 e pp. 96-99 (in inglese) della pubblicazione del MAP *Le garanzie post-vendita sui beni*.

⁴ Ordonnance n° 2005-136 du 17 février 2005 relative à la garantie de la conformité du bien au contrat due par le vendeur au consommateur.

⁵ Bundesgesetz, mit dem das Gewährleistungsrecht im Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuch und in Konsumentenschutzgesetz sowie das Versicherungsvertragsgesetz geändert werden (Gewährleistungsrechts-Änderungsgesetz). (Legge pubblicata nel Bundesgesetzblatt dell'8 maggio 2001 n. 48/2001, Teil I, p. 1019).



gono per qualsiasi contratto, e non soltanto per i contratti conclusi da consumatori con imprenditori. Le norme di recepimento delle altre disposizioni della direttiva, in particolare degli artt. 5 (*Termini*), 6 (*Garanzia convenzionale*) e 7 (*Imperatività delle disposizioni*), sono state inserite nel *Konsumentenschutzgesetz* (Legge sulla tutela dei consumatori), e più precisamente nei §§ 8, 9, 9b e 13a KSchG, e valgono soltanto nei rapporti contrattuali instaurati da consumatori con imprenditori.

Per quanto attiene alla **Danimarca**⁶, la legge di recepimento della direttiva non ha introdotto, nella legge “generale” sulla compravendita, regole innovative destinate a valere anche per contratti di compravendita diversi dalle vendite di beni mobili concluse da consumatori con professionisti.

Anche in **Finlandia** non sono state apportate modifiche alla legge “generale” sulla disciplina dei contratti di vendita di beni mobili dal provvedimento legislativo che ha dato attuazione alla direttiva 99/44/CE⁷.

Anche in **Lussemburgo**⁸ non è stata apportata alcuna modifica al codice civile, ma la direttiva è stata recepita dalla legge del 21 aprile 2004 “relativa alla garanzia di conformità”, che ha introdotto disposizioni destinate a trovare applicazione soltanto ai contratti con i quali un professionista aliena ad un consumatore un bene mobile (art. 1). Le norme di recepimento dell’art. 6 (garanzia convenzionale) e dell’art. 7, par. 2 (applicabilità delle disposizioni a rapporti transfrontalieri), della direttiva si trovano per contro, rispettivamente, negli artt. 11 e 3 della legge “generale” sulla tutela del consumatore del 26 agosto 1983, che sono stati modificati dalla legge del 21 aprile 2004.

Così anche il **Portogallo**⁹, dove sono state modificate solo due disposizioni (artt. 4 e 12) della legge “generale” sulla difesa dei consumatori del 31 luglio 1996.

Le disposizioni del D. Lgs. 67/2003, attraverso il quale è stata recepita la direttiva, si applicano soltanto a contratti conclusi da consumatori con professionisti. Tuttavia, sono ad esse soggetti non soltanto i contratti aventi ad oggetto beni mobili, ma anche quelli aventi ad oggetto beni immobili; inoltre rientrano nel suo ambito di operatività, oltre ai contratti di compravendita e ai contratti d’appalto aventi ad oggetto beni (mobili o immobili) da fabbricare o produrre, anche i contratti di locazione (art. 1 del D. Lgs. 67/2003).

Merita ricordare la definizione di “consumatore”, a norma dell’art. 2, comma 1, della legge “generale” sulla difesa dei consumatori n. 24/96 del 1996 (cui l’art. 1, comma 1, del D. Lgs. 67/2003 fa rinvio)¹⁰.

Passiamo alla **Spagna**¹¹. Non è stata apportata alcuna modifica al codice civile.

Peraltro, la “Disposizione addizionale” (incompatibilità delle azioni) stabilisce che le disposizioni della legge 23/2003, che ha dato attuazione alla direttiva, si applicano soltanto ai contratti con i quali un bene mobile materiale destinato al consumo privato viene venduto a un consu-

6 *Lov om ændring af lov om markedsføring n. 342 du 02/06/1999. Lov om ændring af lov om køb n. 213 du 22/04/2002. La legge n. 342 del 2 giugno 1999 ha recepito nell’ordinamento danese l’art. 6 della direttiva 99/44/CE, riformulando a tal fine la disposizione del § 4 della Legge sulle pratiche commerciali (Markedsføringsloven). La legge n. 213 del 2002 ha invece introdotto una pluralità di modifiche nella legge sulla compravendita di beni mobili (Købeloven).*

7 *Lag 19 december 2001, Nr. 1258 om ændring av konsumentskyddslagen (legge entrata in vigore il 1° gennaio 2002).*

8 *Loi du 21/4/2004 relative à la garantie de conformité due par le vendeur de biens meubles corporels portant transposition de la Directive 1999/44/CE sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation et modifiant la loi modifiée du 25 août 1983 relative à la protection juridique du consommateur (pubblicata nel Memorial Journal Officiel du Grand-Duché de Luxembourg - Recueil de Legislation il 29 aprile 2004).*

9 *Decreto-Lei n.º 67/2003 de 8 de Abril (pubblicato nel Diário da República, I SÉRIE-A, n. 83, dell’8 aprile 2003).*

10 *“Si considerano consumatori tutti coloro ai quali, da parte di persone che esercitano in modo professionale un’attività economica finalizzata al conseguimento di utili, vengano forniti beni, prestati servizi o trasmessi diritti di qualsivoglia natura, che siano destinati ad un uso non professionale”.*

11 *Ley 23/2003, de 10 de julio, de Garantías en la Venta de Bienes de Consumo (pubblicata nel Boletín oficial n. 165 dell’11 luglio 2003, p. 27160-27164).*

matore da una persona fisica o giuridica che conclude il relativo contratto nell’esercizio della propria attività professionale o imprenditoriale. Occorre peraltro rilevare che la nozione di consumatore adottata dal legislatore spagnolo è particolarmente ampia¹² (art. 1 della Legge Generale per la Difesa dei Consumatori ed Utenti del 1984, cui l’art. 1, comma 3, della Legge 23/2003 fa rinvio).

Anche in **Svezia**¹³ la direttiva è stata recepita da una serie di provvedimenti legislativi con cui sono state apportate innovazioni soltanto alla legge “speciale” sulle compravendite dei consumatori, e in primo luogo alla legge sulle compravendite di beni mobili concluse da consumatori con professionisti, e non alla legge “generale” sui contratti di compravendita.

Nessuna modificazione è stata apportata, dal provvedimento normativo che ha dato attuazione alla direttiva¹⁴, ad altre discipline legislative previgenti in **Irlanda**, e in particolare alla legge generale “sulla vendita di beni e la prestazione di servizi” del 1980. Le disposizioni contenute nello *Statutory Instrument* n. 11 del 2003, peraltro, in forza del disposto dell’art. 3, comma 1, non si sostituiscono, ma si affiancano e aggiungono a tutti gli altri atti normativi recanti disposizioni suscettibili di trovare applicazione ai contratti di vendita di beni di consumo, e in particolare alla “Legge sulla vendita di beni e la prestazione di servizi” del 1980 e alle “Norme di attuazione del diritto comunitario 1995 (Clausole abusive nei contratti dei consumatori)”. Tutte le norme della direttiva sono state recepite attraverso disposizioni che trovano applicazione esclusivamente ai contratti di vendita di beni mobili conclusi da consumatori con professionisti, disposizioni che sono state inserite in un provvedimento normativo *ad hoc*, lo *Statutory Instrument* n. 11 del 22 gennaio 2003, recante “Norme di attuazione del diritto comunitario 2003 (“Taluni aspetti della vendita di beni di consumo e delle correlative garanzie”)”.

Analogamente la scelta **britannica**¹⁵, dove le poche innovazioni apportate alla “parte generale” della disciplina dei contratti di vendita e di fornitura contenuta nella legge sui contratti di vendita di beni mobili del 1979 (*Sale of Goods Act* 1979) e nella legge sui contratti per la fornitura di beni e servizi del 1982 (*Sale of Goods and Services Act* 1982) si sostanziano infatti in regole il cui ambito di operatività è circoscritto ai soli contratti relativi a beni mobili conclusi da consumatori con professionisti (cfr. i commi 2D, 2E e 2F dell’art. 14 e il comma 4 dell’art. 20 della legge sui contratti di vendita di beni mobili del 1979, nonché i commi 2B, 2C, 2D dell’art. 4 della legge sui contratti per la fornitura di beni e servizi del 1982).

Le disposizioni attraverso le quali la direttiva è stata recepita in Regno Unito si applicano soltanto ai contratti di vendita di beni mobili e ai contratti per la fornitura di beni mobili conclusi da consumatori con professionisti. L’art. 6 della direttiva (garanzia convenzionale) è stato implementato da una disposizione che si trova inserita nell’art. 15 delle *Sale*

12 *“Agli effetti di questa Legge sono consumatori o utenti le persone fisiche o giuridiche che acquisiscono, utilizzano o beneficiano come destinatari finali di beni mobili, immobili, prodotti, servizi, attività o funzioni, qualunque sia la natura pubblica o privata, individuale o collettiva di coloro che li producono, agevolano, somministrano o cedono”.*

13 *Non saranno considerati consumatori o utenti coloro che, senza costituirsi in destinatari finali, acquisiscano, depositino, utilizzino o consumino beni e servizi, con la finalità di integrarli in processi di produzione, trasformazione, commercializzazione o prestazione a favore di terzi”.*

14 *Lag (2002:587) om ändring i konsumentköplagen, che ha apportato alla legge 1990:932 sulle compravendite di beni mobili concluse da consumatori le modificazioni necessarie per adeguarla ai precetti della direttiva comunitaria.*

15 *Lag (2002:588) om ändring i konsumentjänstlagen, che ha introdotto nella legge 1985:716 sui contratti per la prestazione di servizi ai consumatori le modificazioni necessarie per adeguarla ai precetti della direttiva comunitaria.*
Lag (2002:565) om ändring i marknadsföringslagen, che ha introdotto nella legge 1995:450 sul commercio le modificazioni necessarie per adeguarla ai precetti della direttiva comunitaria.

16 *European Communities (Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees) Regulations 2003 (Statutory Instrument N. 11 del 22 gennaio 2003).*

17 *The Sale and Supply of Goods to Consumers Regulations 2002 (Statutory Instrument N. 3045 del 10 dicembre 2002).*

18 *Provvedimento normativo che, oltre a contenere disposizioni direttamente attuative della direttiva 99/44/CE, apporta una serie di modificazioni a provvedimenti normativi già vigenti, onde adeguarne i contenuti alla direttiva comunitaria: segnatamente, alla legge sulla vendita di beni mobili (Sale of Goods Act 1979), alla legge sulla fornitura di beni mobili e servizi (Supply of Goods and Services Act 1982), nonché alla legge sulle clausole contrattuali inique (Unfair Contract Terms Act 1977). Non sono state riportate le innovazioni apportate alla legislazione scozzese.*



and Supply of Goods to Consumers Regulations 2002, provvedimento normativo che ha dato attuazione alla direttiva. Tutte le altre disposizioni della direttiva sono state recepite attraverso l'introduzione di modifiche e innovazioni in provvedimenti legislativi già esistenti, e segnatamente nella legge sulle clausole contrattuali inique del 1977 (*Unfair Contract Terms Act 1977*), nella legge sui contratti di vendita di beni mobili del 1979 (*Sale of Goods Act 1979*) e nella legge sui contratti per la fornitura di beni e servizi del 1982 (*Sale of Goods and Services Act 1982*).

Ritocchi parziali al codice civile in **Belgio**¹⁶, dove tutte le norme della direttiva sono state recepite attraverso disposizioni che trovano applicazione esclusivamente ai contratti di vendita di beni mobili conclusi da consumatori con professionisti, disposizioni che sono state inserite negli artt. 1649bis-1649octies del codice civile (cfr. art. 1649bis). È stata apportata soltanto una modifica alla disciplina generale del contratto di compravendita contenuta nel codice civile (sostituzione del primo comma dell'art. 1604 c.c.); per il resto, la suddetta disciplina è rimasta invariata.

Al contrario, nel dare attuazione della direttiva, la **Germania**¹⁷ ha colto l'occasione per realizzare, nell'ambito della grande legge di "Modernizzazione" del diritto delle obbligazioni, una vasta e radicale riforma della disciplina codicistica generale della compravendita. Molti dei precetti della direttiva sono stati così attuati da disposizioni, inserite nel codice civile, il cui ambito di operatività non è circoscritto alle sole vendite di beni di consumo. In particolare, valgono per qualsiasi compravendita (quale che ne sia l'oggetto, e quali che siano gli scopi in vista dei quali le parti l'hanno conclusa) le disposizioni sulla conformità al contratto (art. 2, recepito nei §§ 434 e 442 del BGB), i diritti del compratore (art. 3, recepito nei §§ 437 e 439 del BGB) e la prescrizione (art. 5, comma 1, recepito nel § 438 del BGB). Per contro, sono state inserite in un apposito Sottotitolo le disposizioni destinate a valere per le sole vendite di beni mobili concluse da consumatori con imprenditori: i §§ 474, 475 (attuativo dell'art. 7, par. 1, della direttiva, sul carattere imperativo delle disposizioni), 476 (attuativo dell'art. 5, par. 3 della direttiva, sulla presunzione di conformità entro i sei mesi dall'acquisto), 477 (attuativo dell'art. 6 della direttiva, sulla garanzia convenzionale) e 478 e 479 (entrambi attuativi dell'art. 4 della direttiva, sul diritto di regresso del venditore).

Scelta analoga a quella tedesca è stata effettuata dal legislatore **greco**¹⁸, ove la direttiva è stata attuata da una legge che ha a tal fine apportato profonde modifiche alla disciplina generale della compravendita contenuta nel codice civile, che è stata radicalmente riformata. Tutte le innovazioni in tal modo introdotte nel codice civile valgono non soltanto per le vendite di beni mobili concluse da consumatori con professionisti, bensì per qualsiasi contratto di vendita. Soltanto l'art. 6 della direttiva (garanzia convenzionale) è stato recepito attraverso norme che sono state inserite non nel codice civile, bensì nella legge "generale" sulla tutela del consumatore del 1994 (e precisamente nei commi 3, 4

¹⁶ *Loi relative à la protection des consommateurs en cas de vente de biens de consommation del 1° settembre 2004 (pubblicata il 21 settembre 2004).*

¹⁷ *Gesetz zur Modernisierung des Schuldrechts del 26 novembre 2001, entrato in vigore il 1° gennaio 2002.*

¹⁸ *Legge n. 3043 del 2002, intitolata "Responsabilità del venditore per i difetti materiali e per la mancanza di qualità promesse. Modificazione di disposizioni del codice processuale civile e di altre leggi" (pubblicata nel FEK del 21 agosto 2002, n. 192/A, p. 3745). Il provvedimento introduce significative correzioni al testo dell'art. 5 della Legge "generale" sulla tutela del consumatore n. 2251 del 16 novembre 1994, nonché ad altri testi legislativi.*



e 5 dell'art. 5) e che pertanto valgono soltanto nei rapporti contrattuali intercorrenti fra consumatori e professionisti.

Nei **Paesi Bassi**¹⁹ la legge di recepimento della direttiva ha apportato alla disciplina della compravendita contenuta nel Titolo I del Libro 7 del codice civile (che si compone di regole generali, valevoli per qualsiasi compravendita, e di regole speciali, valevoli per le sole compravendite di beni mobili concluse da consumatori con professionisti: v. art. 7:5 del codice civile) le innovazioni e gli adeguamenti necessari per renderla conforme alla direttiva.

2) La nuova normativa si applica solo ai consumatori o anche ai professionisti (art. 1, comma 2, lettera a) della direttiva 99/44/CE)²⁰?

Le norme con cui è stata recepita in **Italia** la direttiva 99/44/CE si applicano solo ai rapporti cosiddetti B to C, ossia ai contratti di vendita di beni mobili conclusi da consumatori (persone fisiche che, nei contratti di vendita di beni di consumo e altri equiparati, agiscono per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta) con professionisti.

La scelta del legislatore italiano di limitare l'ambito soggettivo di applicabilità delle norme di recepimento della direttiva ai soli rapporti B to C è stata effettuata anche dalla **Danimarca**, dalla **Finlandia**, dalla **Francia**, dal **Lussemburgo**, dai **Paesi Bassi**, dalla **Svezia**, dal **Belgio**, dall'**Irlanda**, dal **Regno Unito**.

Analoga la scelta del legislatore **portoghese**, che ha però ampliato molto l'ambito oggettivo, estendendo l'applicabilità delle norme ai contratti aventi ad oggetto beni immobili, ivi compresi i contratti di locazione.

Infine, per quanto riguarda la **Spagna**, se è pur vero che le norme si applicano solo ai contratti dei consumatori, si rileva che l'ambito soggettivo è più ampio a causa di una differente e più ampia nozione di "consumatore" adottata dal legislatore spagnolo, al fine di ricomprendervi anche le persone giuridiche (cfr. nota n. 11).

Per quanto riguarda l'**Austria**, il legislatore ha operato una scelta mista, nel senso che la direttiva si applica a tutti i tipi di contratto, chiunque sia il contraente, consumatore o professionista, mentre le norme sulla garanzia convenzionale, sul carattere imperativo delle disposizioni e sui beni usati si applicano soltanto ai rapporti contrattuali instaurati da consumatori con imprenditori.

Analoga la scelta del legislatore **tedesco**, che ha esteso a tutti i tipi di compravendita (anche alla vendita di beni immobili), le norme della direttiva relative alla conformità del contratto, ai diritti del compratore e alla prescrizione; mentre ha limitato l'applicabilità delle norme sul carattere imperativo delle disposizioni, sull'inversione dell'onere della prova

¹⁹ *Wet van 6 maart 2003 tot aanpassing van Boek7 van het Burgerlijk Wetboek aan de richtlijn betreffende bepaalde aspecten van de verkoop van en de garanties voor consumptiegoederen.*

²⁰ "2. Ai fini della presente direttiva si intende per:
a) consumatore: qualsiasi persona fisica che, nei contratti soggetti alla presente direttiva, agisce per fini che non rientrano nell'ambito della sua attività commerciale o professionale;"



nei sei mesi dalla consegna del bene, sulla garanzia convenzionale e sul diritto di regresso del venditore alle sole vendite di beni mobili concluse da consumatori con imprenditori.

Scelta ancora diversa è stata operata dal legislatore **greco**, che ha esteso l'applicabilità delle norme di recepimento della direttiva a tutti i tipi di contratto, da chiunque vengano conclusi, con la sola eccezione della norma relativa alla garanzia convenzionale, che si applica solo ai contratti conclusi tra un consumatore e un professionista.

3) È abbreviato il periodo di garanzia biennale per i beni usati (considerando 16²¹ e art. 7, comma 2,²² della direttiva 99/44/CE)?

La scelta di dare alle parti la possibilità di pattuire la riduzione fino a un anno della durata della responsabilità del venditore di beni usati per i difetti di conformità, prevista in **Italia** dall'art. 134, comma 2, del Codice del consumo, è stata condivisa dall'**Austria**, dalla **Germania**, dal **Lussemburgo**, dal **Portogallo**, dalla **Spagna**, dal **Belgio**²³.

Non è invece prevista la possibilità di ridurre la durata della garanzia per i beni usati dalla **Danimarca**, dalla **Finlandia** (dove il termine di prescrizione è addirittura triennale anche per i beni usati), dalla **Francia**, dalla **Grecia**, dai **Paesi Bassi**, dalla **Svezia**, dall'**Irlanda**, dal **Regno Unito**.

4) È prevista una riduzione del rimborso a seguito dell'uso del bene (considerando 15²⁴ della direttiva 99/44/CE)?

In **Italia** l'art. 130, comma 8, del Codice del consumo prevede che, nel determinare l'importo della riduzione o la somma da restituire (in caso di risoluzione del contratto), si tiene conto dell'uso del bene.

Uguale la scelta del legislatore **tedesco**, di quello **greco** e di quello **bri-tannico**, nonché di quello **belga**, che si è spinto più in là, prevedendo che si debba tener conto dell'aggravamento del danno derivante dall'uso della cosa fatta dal consumatore dopo aver scoperto l'esistenza del difetto di conformità.

Tale opzione non è stata utilizzata dal legislatore **austriaco**, né da quello **francese**, da quello **lussemburghese**, da quello **olandese**, da quello **portoghese**, da quello **spagnolo**, da quello **irlandese**.

In **Danimarca** non è stata inserita alcuna norma in tal senso, ma vige un istituto di carattere generale, di creazione giurisprudenziale, che funziona come l'art. 2041 c.c. sull'arricchimento senza causa.

È molto interessante la norma adottata dalla **Finlandia**, la quale ha disposto che, in caso di risoluzione del contratto, le parti siano tenute a restituire quanto ricevuto, ossia il compratore restituirà al venditore il

²¹ "(16) Considerando che la particolare natura dei beni usati ne rende generalmente impossibile la sostituzione; che pertanto, nel caso di siffatti beni, il diritto del consumatore alla sostituzione non è in genere esperibile; che per tali beni gli Stati membri possono consentire alle parti di convenire un periodo di responsabilità abbreviato".

²² "Gli Stati membri possono prevedere che, nel caso di beni usati, il venditore e il consumatore possano concordare condizioni contrattuali o accordi che impegnino la responsabilità del venditore per un periodo di tempo inferiore a quello di cui all'art. 5, par. 1. Tale periodo abbreviato non può essere inferiore ad un anno".

²³ Interessante la norma adottata dal Lussemburgo e dall'Austria, per cui, in caso di compravendita di automobili usate, tale tipo di pattuizione tra le parti riduttiva della durata della garanzia ad un anno è consentita solo per le auto immatricolate da più di un anno.

²⁴ "(15) Considerando che gli Stati membri possono prevedere che il rimborso al consumatore può essere ridotto, in considerazione dell'uso che quest'ultimo ha fatto del bene dal momento della consegna; che gli accordi dettagliati con i quali può essere disciplinata la risoluzione del contratto devono essere stabiliti dalla legislazione nazionale".



bene non conforme e un equo compenso per l'uso del bene, mentre il venditore restituirà al compratore il prezzo pagato maggiorato degli interessi sulla somma.

In **Svezia** una norma precedente a quella di recepimento della direttiva 99/44/CE già prevedeva l'obbligo del compratore, in caso di risoluzione del contratto, di restituire al venditore un indennizzo adeguato ai guadagni tratti dal bene.

5) È stato previsto un obbligo di notifica o denuncia del difetto di conformità del bene, a pena di decadenza (considerando 19²⁵ e art. 5, comma 2,²⁶ della direttiva 99/44/CE)?

In **Italia** l'art. 132, comma 2, del Codice del consumo stabilisce che il consumatore decade dai diritti che gli competono in ragione della riscontrata presenza di un difetto di conformità se non denuncia al venditore il difetto entro i due mesi successivi al giorno in cui lo ha scoperto, precisando peraltro che la denuncia non è necessaria nelle ipotesi in cui il difetto sia stato riconosciuto o occultato dal venditore.

Pressoché identica la scelta del legislatore **finlandese**, di quello **olandese**, di quello **svedese** e di quello **portoghese** (due mesi per i beni mobili e un anno per i beni immobili), nonché di quello **danese**, la cui normativa è lievemente ampliativa dei diritti del consumatore rispetto alla normativa italiana, in quanto, a fronte di un termine di denuncia di due mesi considerato ragionevole, è prevista la possibilità, da valutarsi in base alle circostanze del caso concreto, di considerare ragionevole anche un termine più lungo.

Anche la **Spagna** ha inserito l'obbligo di notifica del difetto di conformità entro due mesi dalla scoperta, rafforzandola con una presunzione, fino a prova contraria, che la notifica del difetto da parte del consumatore sia stata presentata entro il termine decadenziale. Questa inversione dell'onere della prova a carico del venditore è certamente molto favorevole per il consumatore spagnolo.

L'obbligo di notifica a pena di decadenza non è stato invece inserito nella legislazione **austriaca**, né in quella **francese**, in quella **tedesca**, in quella **greca**, in quella **lussemburghese**, in quella **belga**, in quella **irlandese**, in quella **britannica**, dove, quindi non esiste un termine decadenziale, ma solo il termine di prescrizione biennale.

6) È stata prevista la responsabilità diretta del produttore (considerando 23²⁷ e art. 12²⁸ della direttiva 99/44/CE)?

In **Italia** non è stata introdotta la responsabilità diretta del produttore, ma soltanto il diritto di regresso, ossia il venditore finale che abbia ottemperato ai rimedi esperiti dal consumatore, può agire, entro un anno dall'esecuzione della prestazione, in regresso nei confronti del

²⁵ "(19) Considerando che gli Stati membri dovrebbero poter stabilire un termine entro il quale il consumatore ha l'onere di denunciare al venditore eventuali difetti di conformità; che gli Stati membri possono garantire un più elevato livello di tutela del consumatore non introducendo siffatto onere; che è comunque opportuno che tutti i consumatori comunitari dispongano di un termine di almeno due mesi per denunciare al venditore l'esistenza di un difetto di conformità".

²⁶ "2. Gli Stati membri possono prevedere che grava sul consumatore, per esercitare i suoi diritti, l'onere di denunciare al venditore il difetto di conformità entro il termine di due mesi dalla data in cui ha constatato siffatto difetto".

²⁷ "(23) Considerando che dalla legislazione e dalla giurisprudenza in tale settore emerge, nei diversi Stati membri, la crescente esigenza di garantire ai consumatori un livello di tutela elevato; che alla luce di tale tendenza nonché dell'esperienza acquisita nell'attuazione della presente direttiva potrà rivelarsi necessario prevedere un'armonizzazione ulteriore, segnatamente prevedendo una responsabilità diretta del produttore per quanto riguarda i difetti ad esso imputabili".

²⁸ "Entro il 7 luglio 2006 la Commissione riesamina l'applicazione della presente direttiva e presenta una relazione al Parlamento europeo e al Consiglio. La relazione esamina tra l'altro l'opportunità di prevedere la responsabilità diretta del produttore e, se del caso, è accompagnata da proposte".



soggetto o dei soggetti responsabili (produttore, precedente venditore della medesima catena contrattuale distributiva, ad esempio il venditore all'ingrosso, o qualsiasi altro intermediario, ad esempio l'importatore del bene), per ottenere la reintegrazione di quanto prestato.

La responsabilità diretta del produttore non è stata prevista neanche dall'**Austria**, dalla **Francia**, dalla **Germania**, dalla **Grecia**, dal **Lussemburgo**, dai **Paesi Bassi**, dal **Belgio**, dall'**Irlanda** e dal **Regno Unito**.

La **Danimarca** è un caso a sé, in quanto, seppur non è stata introdotta la responsabilità diretta del produttore con il recepimento della direttiva 99/44/CE, tuttavia l'istituto dell'azione diretta è stato introdotto dalla giurisprudenza nell'ordinamento danese, anche in assenza di espresse disposizioni normative.

In **Finlandia**, invece, il consumatore può esperire azione diretta nei confronti del produttore o di un precedente venditore.

Molto avanzata su questo aspetto la legislazione **portoghese**, la quale dispone che il consumatore che abbia acquistato un bene difettoso, fatti salvi i diritti che gli competono nei confronti del venditore, può decidere di esigere dal produttore²⁹, a sua scelta, la riparazione o la sostituzione. Ben definite le eccezioni opponibili dal produttore nei confronti del consumatore (se ne citano solo alcune: il difetto risulta esclusivamente dalle dichiarazioni rese dal venditore; oppure il difetto dipende da una scorretta utilizzazione del bene; sono trascorsi più di dieci anni dalla data in cui il bene è stato messo in circolazione). Il rappresentante del produttore nella zona di residenza del consumatore è responsabile in solido con il produttore nei confronti del consumatore.

Anche la **Spagna** ha previsto la responsabilità diretta del produttore, ma solo quando per il consumatore risulti impossibile o comporti una spesa eccessiva rivolgersi al venditore per far valere le pretese che gli competono in virtù della riscontrata presenza, nel bene ricevuto in consegna, di difetti di conformità al contratto di compravendita. Ove ricorrano queste circostanze il consumatore può rivolgere il proprio reclamo direttamente al produttore, allo scopo di ottenere da quest'ultimo la sostituzione o riparazione del bene.

E ancora la **Svezia**, che aveva già disciplinato la materia prima di recepire la direttiva 99/44/CE, ha previsto la responsabilità diretta del produttore nei confronti del consumatore nel caso in cui il venditore risulti insolvente, abbia cessato l'attività o non sia più reperibile.

7) Sono inclusi nei "beni di consumo" i beni usati venduti in un'asta alla quale il consumatore abbia la possibilità di assi-

²⁹ Il fabbricante di un bene di consumo, l'importatore di un bene di consumo nel territorio della Comunità europea e qualsiasi altra persona che si presenta come produttore apponendo al bene di consumo il proprio nome, il proprio marchio o un altro segno identificativo.

stere personalmente (art. 1, comma 3,³⁰ della direttiva 99/44/CE)?

Il legislatore **italiano** non si è avvalso della possibilità offerta dalla direttiva di sottrarre i beni usati venduti in un'asta alla quale il consumatore abbia avuto la possibilità di assistere personalmente all'applicazione delle disposizioni di recepimento della direttiva 99/44/CE, ossia li considera beni di consumo come tutti gli altri, con la sola eccezione dei beni oggetto di vendita forzata o comunque vendute secondo altre modalità dalle autorità giudiziarie, anche mediante delega ai notai.

Uguale la scelta del legislatore **austriaco**, che esclude l'applicabilità della normativa di recepimento della direttiva 99/44/CE solo alle aste giudiziarie.

Analogo la scelta della **Francia**, che ha sottratto alla disciplina sulla vendita dei beni di consumo solo i beni venduti dall'autorità giudiziaria e i beni venduti ai pubblici incanti.

Così anche la **Grecia**, il **Lussemburgo**, i **Paesi Bassi**, il **Portogallo**, il **Belgio**, l'**Irlanda**.

Ancora una volta è la **Danimarca** a dettare una norma specifica, disponendo che, se un bene usato viene venduto nell'ambito di un'asta pubblica alla quale il compratore ha avuto la possibilità di presenziare, il compratore può lamentare la non conformità al contratto dei beni che gli sono stati consegnati, sperando i rimedi che per legge gli competono, soltanto in tre circostanze: **1)** i beni non corrispondono alla descrizione che ne è stata fatta quando sono stati venduti ovvero il venditore, al momento della conclusione del contratto, ha reso dichiarazioni mendaci o ingannevoli, salvo che debba escludersi che siffatte dichiarazioni abbiano potuto influire sulle valutazioni che hanno indotto il consumatore ad acquistare i beni; **2)** il venditore ha omesso di rendere note al compratore circostanze che avrebbero potuto influire sulle valutazioni che lo hanno spinto ad acquistare i beni, e che erano note al venditore medesimo o non potevano da lui essere ignorate; **3)** i beni si trovano in una condizione sensibilmente peggiore rispetto a quanto il compratore avrebbe potuto ragionevolmente attendersi, in relazione alle circostanze.

La scelta del legislatore **tedesco** è una scelta intermedia, nel senso che i beni usati venduti nell'ambito di un'asta pubblica alla quale il compratore ha avuto la possibilità di presenziare sono disciplinati dalla normativa di recepimento della direttiva 99/44/CE tranne che per gli aspetti del carattere imperativo delle disposizioni, per l'inversione dell'onere della prova durante i primi sei mesi dalla consegna del bene, per il regime della garanzia convenzionale e, infine, per il diritto di regresso del venditore.

Ancora particolare la disciplina **svedese**, ove è previsto che il bene usato, che venga venduto a un'asta alla quale gli acquirenti hanno la



³⁰ "3. Gli Stati membri possono stabilire che nei "beni di consumo" non sono inclusi beni usati, venduti in un'asta alla quale il consumatore abbia la possibilità di assistere personalmente".



INFORMAZIONI

possibilità di assistere partecipando personalmente alla vendita, si considera venduto “nello stato in cui si trova”; in tal caso l’acquirente non ha diritto alla riduzione del prezzo.

Diversa la scelta del legislatore **finlandese**, che ha escluso l’applicabilità della normativa di recepimento della direttiva 99/44/CE ai beni usati venduti a un’asta in tutti i casi in cui il compratore abbia avuto la possibilità di presenziarvi; così anche la **Spagna** e il **Regno Unito**.

8) Sono specificati i concetti di “lasso di tempo ragionevole” e “senza notevoli inconvenienti per il consumatore” (art. 3, comma 3,³¹ della direttiva 99/44/CE)?

In **Italia** l’art. 130, quinto comma, del Codice del consumo ha previsto che le riparazioni o le sostituzioni devono essere effettuate entro un congruo termine dalla richiesta e non devono recare notevoli inconvenienti al consumatore, tenendo conto della natura del bene e dello scopo per il quale il consumatore ha acquistato il bene.

Anche l’**Austria**, la **Finlandia**, la **Germania**, la **Grecia**, i **Paesi Bassi**, il **Portogallo**, la **Spagna**, la **Svezia**, il **Belgio**, l’**Irlanda** e il **Regno Unito** si sono limitati a riprendere queste definizioni dalla direttiva, senza precisare in alcun modo i concetti di ragionevolezza del termine e di notevole inconveniente.

Il legislatore **danese** ha tentato di disciplinare in modo più chiaro la materia; per stabilire se l’eliminazione del difetto di conformità o la consegna dei beni sostitutivi siano state eseguite entro un termine ragionevole, il legislatore danese dispone che si debba tenere conto della natura dei beni, della natura del difetto di conformità, del bisogno del compratore di avere i beni a disposizione, nonché della eventuale circostanza che il venditore abbia, a sue spese, messo a disposizione del compratore beni sostitutivi.

Ancora meglio il legislatore **francese** e quello **lussemburghese**, che hanno disposto che, nel caso in cui la riparazione o la sostituzione richieste dal consumatore non vengano eseguite dal venditore entro un mese dalla richiesta, il consumatore potrà esperire i rimedi della riduzione del prezzo o della risoluzione del contratto.

³¹ “3. In primo luogo il consumatore può chiedere al venditore di riparare il bene o di sostituirlo, senza spese in entrambi i casi, salvo che ciò sia impossibile o sproporzionato.

Un rimedio è da considerare sproporzionato se impone al venditore spese irragionevoli in confronto all’altro rimedio, tenendo conto:

- del valore che il bene avrebbe se non vi fosse difetto di conformità;
- dell’entità del difetto di conformità;

e

- dell’eventualità che il rimedio alternativo possa essere esperito senza notevoli inconvenienti per il consumatore.

Le riparazioni o le sostituzioni devono essere effettuate entro un lasso di tempo ragionevole e senza notevoli inconvenienti per il consumatore, tenendo conto della natura del bene e dello scopo per il quale il consumatore ha voluto il bene”.



Alcuni casi pratici risolti dal Ministero

Da circa quattro anni l’ufficio “Politiche nazionali e diritti dei consumatori” della Direzione Generale Armonizzazione del Mercato e Tutela dei Consumatori risponde ai quesiti posti dai consumatori in materia di garanzie post-vendita, in qualche modo anticipando, in questa specifica materia e soltanto a livello nazionale, quell’attività di *enforcement* (ossia di cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell’esecuzione della normativa di tutela dei consumatori, al fine di accertare la sussistenza, far cessare o vietare infrazioni intracomunitarie o nazionali) disciplinata dal Regolamento CE 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27-10-2004.

Naturalmente il Ministero ha utilizzato l’arma diplomatica della *moral suasion* (ben lontana dall’esercizio dei poteri ispettivi e sanzionatori previsti dal Regolamento sull’*enforcement*), ossia ha risposto ai consumatori, indicando la norma applicabile al caso concreto da loro sottoposto e la correlativa interpretazione ministeriale e invitandoli, nel caso il venditore si rifiutasse di ottemperare al rimedio richiesto dal consumatore, a rivolgersi all’Associazione di consumatori più vicina al luogo di residenza del consumatore, legittimata ad agire per la tutela degli interessi collettivi dei consumatori, oppure alla Camera di Commercio al fine di attivare una composizione extragiudiziale della controversia (ADR).

Con una certa soddisfazione posso dire che, nella maggior parte dei casi, i consumatori a cui è pervenuta la risposta ufficiale del Ministero l’hanno esibita ai venditori e hanno risolto bonariamente e con loro vantaggio la controversia.

Naturalmente si tratta di una goccia nel mare, perché, rispetto al numero di transazioni commerciali *B to C* aventi ad oggetto beni di consumo che si svolgono ogni giorno nel nostro paese, il numero di casi così risolti è assolutamente irrisorio.

È comunque indice della tendenza della Pubblica Amministrazione a mettersi a disposizione delle esigenze pratiche dei cittadini, allontanandosi dal ruolo di creatore di intralci burocratici che usualmente le viene attribuito.

Di seguito proponiamo alcuni tra i più significativi quesiti proposti dai consumatori secondo varie tipologie di problematica, con le relative risposte e gli appropriati riferimenti legislativi.

■ **Caso:** un consumatore acquista un’automobile nuova, alimentata sia a benzina che a metano, e decide di spendere 3.000 euro in più rispetto al modello normale, in quanto nei depliant delle caratteristiche tecniche veniva garantita un’autonomia media con il funzionamento a metano di 260 chilometri e una capienza del serbatoio di 11 chilogrammi. Il consumatore, dopo l’acquisto, si accorge che il serbatoio non contiene più di 9 chilogrammi di metano e che l’autonomia media è di circa 160-180 chilometri. Il consumatore si rivolge sia al concessionario che alla casa costruttrice dell’autovettura, che non danno alcuna spiegazione circa le differenze riscontrate tra la pubblicità e le reali prestazioni.

Bene di consumo non conforme alla pubblicità



■ **Risposta:** Gli artt. 128-135 del Codice del Consumo dispongono che è diritto del consumatore pretendere e ottenere direttamente dal venditore, previa esibizione dello scontrino a dimostrazione della data dell'acquisto, la riparazione o la sostituzione del bene non conforme, a sua scelta e gratuitamente, entro 24 mesi dall'acquisto.

Il bene acquistato, in questo caso, non è conforme al contratto in quanto il prodotto, seppur funzionante, non corrisponde alla descrizione fatta dal venditore e non possiede le qualità che il venditore ha presentato al consumatore come campione o modello, ossia le prestazioni della vettura non corrispondono a quelle riportate nel depliant pubblicitario e nel libretto di istruzioni dell'autovettura (art. 129, secondo comma, lettera b, del Codice del consumo).

Il venditore non risponde delle dichiarazioni pubbliche del produttore (come è un depliant pubblicitario) solo se dimostra che non ne era a conoscenza e non poteva conoscerle con l'ordinaria diligenza, che la dichiarazione era stata adeguatamente corretta prima della conclusione del contratto in modo da essere conoscibile dal consumatore, che la decisione di acquistare il bene di consumo non era stata influenzata dalla dichiarazione.

Nel caso in esame, il Ministero ha ritenuto che tale prova contraria non sembra ammissibile in quanto un concessionario di auto non può non conoscere le caratteristiche tecniche riportate nel libretto delle istruzioni né risulta che le abbia corrette al momento della conclusione del contratto. Esiste, al contrario, la prova che il consumatore è stato fortemente influenzato nell'acquisto di quel particolare modello di autovettura (per l'acquisto del quale ha speso una considerevole cifra aggiuntiva) proprio in quanto confidava nelle caratteristiche di capienza del serbatoio e di autonomia media con il pieno di metano, di cui era venuto a conoscenza attraverso i depliant pubblicitari e il libretto delle istruzioni.

Difetto riscontrato entro sei mesi dall'acquisto

■ **Caso:** Il consumatore ha acquistato un apparecchio telefono/fax/segreteria che è risultato subito affetto da un difetto di conformità. Chiesta immediatamente al rivenditore la sostituzione o la riparazione del bene, questi si rifiuta di intervenire, limitandosi a dare l'indirizzo del centro assistenza del produttore. Dopo una prima riparazione, il bene presenta ancora lo stesso difetto.

■ **Risposta:** Il Ministero risponde che il comportamento del venditore contrasta con la disciplina introdotta in Italia a seguito del recepimento della direttiva comunitaria 99/44/CE.

È infatti diritto del compratore pretendere e ottenere **direttamente dal venditore**, previa esibizione dello scontrino a dimostrazione della data dell'acquisto, la sostituzione o la riparazione del bene non conforme, a sua scelta e gratuitamente, entro 24 mesi dall'acquisto. Inoltre, se il difetto di conformità si manifesta, come nel caso in esame, **entro sei mesi dalla consegna del bene, è prevista una presunzione di esistenza del difetto sin dal momento della consegna e si ha un'inversione dell'onere della prova a carico del venditore.**



■ **Caso:** Un consumatore acquista un *hard disk* per personal computer, ma dopo 17 mesi dall'acquisto riscontra un difetto nel prodotto che lo rende inutilizzabile. Si rivolge al venditore chiedendo la riparazione o la sostituzione del bene non conforme, ma questo risponde sostenendo che sia il venditore che la casa produttrice del prodotto riconoscono solo un anno di garanzia, ormai decorso. Il consumatore non ottiene il ripristino della conformità del bene entro i 24 mesi dall'acquisto.

■ **Risposta:** Il Ministero risponde riepilogando le caratteristiche della garanzia legale prevista dagli artt. 128-135 del Codice del Consumo, che:

- si applica solo al **consumatore**, inteso come persona fisica che agisca per scopi estranei all'attività imprenditoriale eventualmente svolta;
- ha la durata di **due anni** dalla consegna dei beni, nel senso che copre i difetti esistenti al momento della consegna, cioè i difetti esistenti *ab origine* nel prodotto e che si manifestano nell'arco dei 24 mesi, con esclusione, quindi, dei difetti sopravvenuti;
- è sempre dovuta al consumatore, nel senso che **non può essere esclusa o limitata;**
- **si applica anche ai beni usati;**
- il consumatore è tutelato anche nell'**installazione** dei beni;
- consente **la riparazione o la sostituzione** del bene;
- il diritto del consumatore al ripristino della conformità del **bene si esercita nei confronti del venditore** (anche nel caso il difetto sia imputabile al produttore);
- alla garanzia legale si può **aggiungere l'ulteriore garanzia** offerta dal produttore o dal venditore.

Con riferimento a questo specifico punto, si focalizza il problema sulle caratteristiche della **garanzia convenzionale ulteriore**, che è qualunque impegno di un venditore o di un produttore, assunto nei confronti del consumatore senza costi supplementari, di rimborsare il prezzo pagato, sostituire, riparare o intervenire altrimenti sul bene di consumo, qualora esso non corrisponda alle condizioni enunciate nella dichiarazione di garanzia o nella relativa pubblicità.

Caratteristiche della garanzia convenzionale sono, dunque, quelle di essere **cumulativa** rispetto alla garanzia legale di 24 mesi, **facoltativa, gratuita e libera** (nella durata, nell'oggetto e nell'estensione territoriale). Per questo motivo la garanzia convenzionale rilasciata dalla casa produttrice del componente per personal computer per il periodo di 12 mesi è assolutamente legittima, trattandosi di un impegno contrattuale ulteriore rispetto ai diritti nascenti dalla garanzia legale biennale, a cui il consumatore in questione ha diritto per il solo fatto di avere acquistato un bene di consumo, che ha manifestato un difetto di conformità entro 24 mesi dalla consegna.

In materia di garanzia legale il soggetto obbligato a ottemperare alla richiesta del ripristino della conformità del bene acquistato è sempre e solo il venditore, che ha, a sua volta, diritto di regresso nei confronti del soggetto responsabile del difetto di conformità per ottenere il rimborso

Difetto riscontrato dopo i sei mesi dall'acquisto



di quanto ha prestato al consumatore.

Il Ministero ha esortato, quindi, il consumatore a rivolgersi al venditore per ottenere il ripristino della conformità del bene, ossia, a sua scelta, la riparazione o la sostituzione, oppure, qualora entrambi tali rimedi risultassero oggettivamente impossibili o eccessivamente onerosi, gli ulteriori rimedi, sempre a sua scelta, della risoluzione del contratto o della riduzione del prezzo.

L'onere di provare il difetto di conformità e la data della sua manifestazione spetta al consumatore se il difetto si manifesta, come nel caso in esame, dopo i sei mesi dalla consegna del bene.

Durata della garanzia (biennale solo per i consumatori)

■ **Caso:** Viene acquistato un computer richiedendo al venditore l'emissione di fattura commerciale invece del tradizionale scontrino fiscale. L'azienda sostiene che in questo caso la garanzia sia limitata a 12 mesi.

■ **Risposta:** Il Ministero ha ritenuto corretta nel merito la risposta data dal venditore circa la durata della garanzia sui beni di consumo. Infatti, la disciplina introdotta in Italia prevede una **garanzia legale biennale** e si applica ai contratti, sia nazionali che transfrontalieri, conclusi tra un professionista e un consumatore (*Business to Consumer*).

La normativa civilistica (artt. 1495 e segg. c.c.) che prevede una garanzia annuale derogabile, si applica invece ai contratti di vendita conclusi tra consumatori (*Consumer to Consumer*) e tra professionisti (*Business to Business*).

Aver acquistato il bene con il rilascio di una fattura commerciale anziché dello scontrino fa presumere che la vendita sia stata conclusa tra due professionisti e, quindi, che sia disciplinata dalle norme relative alla vendita di diritto comune.

Distinzione tra professionista e consumatore

■ **Caso:** Viene acquistata una macchina fotografica richiedendo al venditore l'emissione di fattura commerciale anziché lo scontrino fiscale. Il prodotto ha però un difetto di conformità che il consumatore non denuncia nei tempi previsti dalle legge.

■ **Risposta:** Il Ministero ha ribadito, come nel caso precedente, che la garanzia legale biennale si applica esclusivamente al consumatore, ossia alla persona fisica che, nei contratti di vendita di beni di consumo e altri equiparati, agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta.

Non sono considerati "consumatori" le persone fisiche qualificabili come "professionisti" e l'acquisto con emissione di fattura, invece che con scontrino, della macchina fotografica che presenta difetti di conformità fa presumere che l'acquisto sia stato effettuato in qualità di professionista e non di consumatore e, quindi, che la normativa applicabile sia quella relativa alla vendita di diritto comune (artt. 1470 e segg. c.c.), che prevede una garanzia annuale.

La presunzione di acquisto in qualità di professionista potrebbe, comunque, essere vinta dalla prova contraria, ma nel caso specifico, comunque, non risolverebbe alcun problema.

Infatti, anche se fosse applicabile la garanzia biennale, sarebbero già trascorsi i due mesi di tempo dalla scoperta del difetto di conformità per denunciare il difetto al venditore e richiedere uno dei rimedi previsti (riparazione, sostituzione, risoluzione del contratto o riduzione del prezzo). Il termine di due mesi per la denuncia del difetto risulta essere ormai spirato visto che il bene è stato acquistato da 18 mesi, ma che il difetto di conformità era conoscibile con l'ordinaria diligenza già dopo tre mesi.

■ **Caso:** Viene acquistato un cellulare che risulta immediatamente difettoso. Il venditore declina ogni responsabilità e invita il consumatore a rivolgersi direttamente al produttore, il quale sostituisce il telefono; anche il telefono avuto in sostituzione, però, presenta lo stesso difetto. A quel punto il consumatore torna dal venditore chiedendo un prodotto diverso o la risoluzione contrattuale per il primo acquisto, ma il venditore pretende un pagamento aggiuntivo.

■ **Risposta:** Il Ministero ha ritenuto che il comportamento del commerciante che ha preteso un pagamento aggiuntivo per ottemperare alla richiesta di sostituzione di un apparecchio telefonico non conforme, a tutta prima sembra in contrasto con la disciplina introdotta in Italia dalla direttiva comunitaria 99/44/CE. È, infatti, diritto del consumatore pretendere e ottenere direttamente dal venditore, previa esibizione dello scontrino a dimostrazione della data dell'acquisto, la sostituzione o la riparazione del bene non conforme, a sua scelta e gratuitamente, entro 24 mesi dall'acquisto. Nel caso in esame, però, la situazione appare complicata dal fatto che il consumatore ha attivato la responsabilità convenzionale (cumulativa rispetto a quella legale), rivolgendosi al centro di assistenza del produttore e, solo dopo avere ottenuto la sostituzione del bene non conforme e avere riscontrato nel nuovo apparecchio la presenza del medesimo difetto, si è rivolto nuovamente al venditore accettando una sorta di risoluzione contrattuale (non può parlarsi di sostituzione in quanto marca, modello e prezzo del cellulare sono cambiati), nonché una riduzione alla metà del valore del primo cellulare. Sembrerebbe, quindi, applicabile l'art. 130, nono comma, lettera a) del Codice del consumo, il quale testualmente recita: "Dopo la denuncia del difetto di conformità, il venditore può offrire al consumatore qualsiasi altro rimedio disponibile, con i seguenti effetti: a) qualora il consumatore abbia già richiesto uno specifico rimedio, il venditore resta obbligato ad attuarlo, con le necessarie conseguenze in ordine alla decorrenza del termine congruo..., salvo accettazione da parte del consumatore del rimedio alternativo proposto".

In pratica, il consumatore ha accettato il rimedio alternativo proposto dal venditore, ovvero la risoluzione del contratto con contestuale acquisto di un altro apparecchio, che è un rimedio che dovrebbe essere esperito solo ove i primi due rimedi (riparazione o sostituzione) doves-



Rimedi proposti al consumatore





sero risultare entrambi oggettivamente impossibili o eccessivamente onerosi. Nel caso di risoluzione del contratto, invero, l'art. 130 del Codice del Consumo prevede che *“nel determinare [...] l'importo da restituire si tiene conto dell'uso del bene”*.

Il caso risulta complesso, in quanto è necessario valutare sia il comportamento del venditore che *“ha declinato ogni responsabilità”* indirizzando il consumatore al centro di assistenza e azionando in questo modo la garanzia convenzionale, sia il comportamento del consumatore che ha accettato il rimedio proposto dal venditore e una riduzione pari alla metà del valore del bene.

Diritto di regresso

■ **Caso:** un rivenditore di elettronica vende a un consumatore un televisore al plasma, che risulta non funzionante già nel momento in cui viene consegnato dal rivenditore all'ingrosso al venditore al dettaglio. Il rivenditore si rivolge al Servizio assistenza del produttore, che provvede alla riparazione mentre il bene è ancora nella disponibilità del venditore e non si è ancora concluso il contratto di vendita tra il venditore e il consumatore. La vendita avviene nel dicembre 2002, ma nei successivi sei mesi il consumatore comunica al venditore che il bene risulta ancora non conforme. Il venditore consiglia al consumatore di rivolgersi al Servizio assistenza del produttore, che provvede ancora una volta alla riparazione.

Il venditore denuncia al Ministero il fatto che, essendo il bene di nuovo non funzionante nel gennaio 2005 e avendo richiesto il Servizio assistenza del produttore un importo di circa duemila euro per effettuare la nuova riparazione, il venditore si è risolto a consegnare al consumatore un televisore nuovo di valore equivalente, ma di marca diversa.

Una volta sostituito il prodotto in modo che il consumatore fosse tenuto indenne dai danni derivanti dalla non conformità del bene al contratto, il venditore si è rivolto al produttore per ottenere la reintegrazione di quanto prestato al consumatore. Il produttore, però, ha dichiarato di poter accettare al massimo uno sconto del 30% sul costo della riparazione.

■ **Risposta:** Analizzando la fattispecie dalla parte del consumatore, l'esito della vicenda può considerarsi positivo, in quanto il consumatore ha ottenuto dal venditore uno dei quattro rimedi approntati dalla normativa di derivazione comunitaria a sua tutela, ovvero il rimedio della sostituzione del bene (Art. 130 del Codice del Consumo).

Analizzando, invece, la fattispecie dalla parte del venditore, si fa presente quanto segue:

- il rapporto che lega il venditore al rivenditore all'ingrosso, che è un rapporto tra professionisti ovvero *Business to Business*, rimane disciplinato dalle norme dettate per la vendita di diritto comune, ossia dagli artt. 1470 e segg. c.c. Per cui il venditore, avendo denunciato il vizio della cosa entro gli otto giorni dalla scoperta, avrebbe avuto diritto alla risoluzione del contratto;

- il venditore avrebbe dovuto ottemperare direttamente al rimedio richiesto dal consumatore (che si presume avesse chiesto la riparazione del bene affetto da difetto di conformità), per poi agire in regresso nei confronti del responsabile dell'azione o dell'omissione che ha causato il difetto di conformità e che lo precede nella catena distributiva del bene (produttore, distributore o qualsiasi intermediario); invece, nel caso in questione, il venditore ha sempre indotto il consumatore a rivolgersi al Servizio assistenza del produttore, ragione per cui il consumatore ha sempre richiesto le riparazioni azionando i diritti derivanti dalla garanzia convenzionale data dal produttore, non quelli derivanti dalla garanzia legale, che fanno capo solo e sempre al venditore;
- con riferimento a questo specifico punto, si focalizza il problema sulle caratteristiche della garanzia convenzionale ulteriore (art. 133 codice del consumo), che è qualunque impegno di un venditore o di un produttore, assunto nei confronti del consumatore senza costi supplementari, di rimborsare il prezzo pagato, sostituire, riparare o intervenire altrimenti sul bene di consumo, qualora esso non corrisponda alle condizioni enunciate nella dichiarazione di garanzia o nella relativa pubblicità. Caratteristiche della garanzia convenzionale sono, dunque, quelle di essere cumulativa rispetto alla garanzia legale di 24 mesi, facoltativa, gratuita e libera (nella durata, nell'oggetto e nell'estensione territoriale).

Chiariti tutti questi punti, però, non può non rilevarsi come il venditore che ha sostituito il bene non conforme a favore del consumatore, abbia pieno titolo a intentare azione di regresso (Art. 131 del Codice del Consumo) nei confronti del responsabile, ossia ha diritto ad essere tenuto indenne per quanto prestato al consumatore in ottemperanza al rimedio attivato. Per questo può richiedere tutti i costi indispensabili per rendere conformi i beni compresi i costi per spedizioni, manodopera, trasporto e altri adeguatamente documentati.

Il venditore finale va puramente e semplicemente reintegrato di quanto prestato al consumatore senza eccezioni basate, ad esempio, sul contegno da lui tenuto in relazione al tipo di rimedio esperito dal consumatore.





IL SITO DEL CNCU

www.tuttoconsumatori.it guida alla consultazione

Un aggiornamento costante di tutte le notizie di maggior interesse per i consumatori. È semplicemente questo il segreto che ha permesso al sito Tuttoconsumatori.it di imporsi in poco tempo come uno dei principali punti di riferimento nel settore. Lo testimoniano le cifre di questi ultimi mesi, che hanno confermato il lusinghiero traguardo di oltre 200.000 click mensili.

Il portale del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti è nato da diversi anni, ma solo dal maggio 2005 ha preso la forma moderna, dinamica e soprattutto accessibile che gli ha permesso di fare il salto di qualità, diventando un sito di inevitabile passaggio per chiunque voglia informarsi o tenersi aggiornato sui temi più cari ai consumatori. Un risultato ribadito anche dal riconoscimento ottenuto da parte del Cnipa (Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione), in occasione del Forum PA, che lo ha dichiarato una delle *Best Practices* nel campo dell'accessibilità. Ampio spazio dunque alle notizie di attualità, senza dimenticare la segnalazione di tutti gli eventi più interessanti per il mondo dei consumatori e i testi delle principali normative nazionali e internazionali.

HOME PAGE L'home page si presenta in modo molto razionale e al suo interno possono essere subito individuate sei macro-aree che raggruppano funzionalità diverse.

1. NOTIZIE DEL GIORNO. È la vetrina della home page, lo spazio aggiornato quotidianamente che raccoglie le notizie più importanti della giornata sui temi del consumerismo. Dal risparmio alle assicurazioni, dalla telefonia agli acquisti, sono presenti tutte le informazioni necessarie per rimanere aggiornati sul mondo del consumo e delle utenze.

2. SPAZIO CNCU. È la sezione del sito dedicata più specificamente al Cncu. Ci sono sia parti statiche, come quelle che spiegano la funzione e la composizione del Consiglio, sia parti dinamiche, con frequenze di aggiornamento diverse. È di prossima pubblicazione un'area dedicata ai "dossier tematici", approfondimenti sui temi più caldi del consumerismo.

3. BARRA DI NAVIGAZIONE. Rimane fissa in tutte le pagine del sito e permette di spostarsi all'interno dello stesso (Mappa del sito) o all'esterno (Link) del portale. Dà anche la possibilità di consultare l'intero archivio delle notizie.



4. FUNZIONE CERCA. Permette ricerche in qualsiasi parte del sito, anche con modalità avanzate che ampliano o limitano il campo di ricerca a sezioni o periodi specifici.

5. SEZIONI TEMATICHE. In dieci sezioni diverse (acquisti e consumi; agricoltura e alimentazione; ambiente ed energia; casa e utenze; comunicazione e informazione; giustizia e diritti; pubblica amministrazione; salute e sanità; risparmio e assicurazioni; trasporti e turismo), vengono riunite e catalogate tutte le informazioni pubblicate dal sito su uno specifico argomento. All'interno è possibile affinare ulteriormente la propria ricerca con la consultazione delle sottosezioni.

6. UTILITÀ. Si tratta di quattro servizi ulteriori concessi al navigatore: si va dalla ricerca delle sedi territoriali delle 17 associazioni del CNCU alle "preferenze di visualizzazione", che permettono al sito di essere accessibile anche a persone con difficoltà particolari come gli ipovedenti.



NOTIZIE

Le notizie vengono prima pubblicate nella home page del sito e poi finiscono catalogate nelle varie sezioni di appartenenza. Nel caso riprodotto abbiamo una notizia inserita nella sezione Casa e Utenze, a sua volta suddivisa in quattro categorie più specifiche (Casa, Impianti e sicurezza, Utenze, Normative). Oltre al testo della notizia viene riportata anche la fonte dalla quale è stata presa e la data in cui è stata inserita nel sito. Tra le fonti utilizzate oltre alle 17 associazioni del Cncu e l'agenzia Ansa anche la Commissione europea, Eurobarometro e tutte le Authority italiane.

TUTTO CONSUMATORI
IL PORTALE DEL CONSIGLIO NAZIONALE DEI CONSUMATORI E DEGLI UTENTI

NUOVE DISPOSIZIONI DEL GARANTE PER LA PRIVACY CONTRO I SERVIZI TELEFONICI NON RICHIEDI. PER IL CNU L'UTENTE DEVE STARE COSÌ COME LA GUARDIA

Casa e Utenze - Impianti

Del primo giugno entrano in vigore le misure adottate dal Garante per la protezione dei dati personali, che dovrebbero garantire più libertà alle vittime dei servizi telefonici non richiesti.

Con il provvedimento pubblicato sulla G.U. n. 104 del 9-5-2016, il Garante di servizi di comunicazione elettronica dovranno infatti prevedere anzitutto la identificazione dell'utente del trattamento dei dati che ha effettuato l'attivazione; registrare presso il call center la volontà della persona consentita di non autorizzare l'utilizzazione dei propri dati per l'attivazione del servizio proposto; predisporre strumenti per l'efficienza dei dati degli interventi consentendo l'identificazione del rivenditore che ha attivato il servizio.

Secondo l'AGCM (Centro tutela consumatori e utenti), però, "sufficiente sarà gli operatori si adegueranno alle disposizioni del Garante; pena infatti che qualche operatore abbia già avuto l'idea di ricorrere al Tar". Per l'Associazione, dunque, "la meglio risposta al Tar, contraddistinta soltanto in alcune circostanze a favore dell'utente alle proposte offerte per attivarsi".

Fonte: Centro tutela consumatori e utenti
01 luglio 2016 - 10:45

Per ricercare cronologicamente una notizia già pubblicata sul sito è possibile cliccare nella barra in alto di navigazione sulla voce Archivio notizie. Si avranno a disposizione tutte le notizie pubblicate suddivise per mese di uscita. L'archivio, costantemente aggiornato, parte dal gennaio 2001.

MENÙ
ARCHIVIO
NOTIZIE

TUTTO CONSUMATORI
IL PORTALE DEL CONSIGLIO NAZIONALE DEI CONSUMATORI E DEGLI UTENTI

Archivi Mensili

Tutte le notizie pubblicate nel sito suddivise per mese e per anno, per una visione d'insieme delle informazioni utili ai consumatori.

Seleziona dal menu a tendina:

2016 | dicembre | 20

Ultime Notizie

La ultima nota tecnica iscritta recentemente nella rubrica di Tuttoconsumatori

Liberalizzazioni e concorrenza nel decreto del governo del 30 giugno: soddisfatte le associazioni dei consumatori?

Ad ampio raggio il "pacchetto cittadino-consumatore": anzi alcune misure previste dal decreto Bersani

Dal primo luglio entra in vigore la nuova normativa sui biocarburanti

Un petrolio e servizi pubblici hanno contribuito al rialzo dell'inflazione nell'economia. Liberalizzazioni e integrazione dei mercati l'antidoto

Giudizi positivi della Commissione europea alla società dell'indennazione sull'Authority italiana delle telecomunicazioni

Gas e elettricità: aumenta ancora le spese per le famiglie. Adushef e Federconsumatori avanzano proposte al governo

Per i difensori civici italiani è necessario un quadro normativo nazionale per disciplinare l'istituto

Saldi: le istruzioni per l'uso della Confconsumatori

Archivi e contenuti
Notizie e Attualità
Archivio
Casa e Utenze
Comunicazione e Informazione
Giustizia e Diritti
Famiglia e Amministrazione
Salute e Servizi
Risparmio e Assicurazioni
Trasporti e Turismo
Ultime Notizie
Mappa le Associazioni
Accessibilità



FUNZIONE RICERCA

Nel caso non si conoscesse il periodo di uscita della notizia o si volesse ricercare dei termini all'interno di tutto il sito, è prevista una specifica funzione Cerca. Particolarmente utile risulta la ricerca avanzata che permette di affinare i criteri attraverso i quali individuare le parole e quindi gli argomenti. Le varie opzioni permettono di ricercare imponendo limiti temporali (da una settimana a tutto l'archivio) o limiti per sezioni (da una a tutte). I risultati possono poi essere disposti per data o per titolo.



Per avere con un unico colpo d'occhio tutta la struttura del sito è sufficiente cliccare nella barra in alto di navigazione sulla voce Mappa del sito. Con questa è possibile farsi un'idea dell'intero dispiegarsi del portale Cncu completo di tutte le sottosezioni. Da questa pagina è possibile muoversi direttamente ad altre, senza transitare attraverso pagine intermedie.

MAPPA DEL SITO





VERSIONE INGLESE FRANCESE

Il sito prevede anche una traduzione in inglese e francese delle proprie pagine a contenuto statico. Nelle due lingue sono spiegate le funzioni e la composizione del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti, sono indicati, inoltre, i soggetti ai quali è possibile rivolgersi per ottenere informazioni e quali contatti utilizzare per rivolgersi al Cncu.

Nello spazio dedicato al Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti sono reperibili tutte le informazioni che riguardano il Cncu: dalla nascita dell'organismo alle funzioni svolte, dalla composizione ai riferimenti per eventuali contatti. Da queste pagine sono scaricabili anche varie brochure che raccontano la storia e i compiti del Consiglio.

SEZIONE CNCU



NORMATIVE

Alla voce Normative vengono inserite con cadenza periodica tutte le novità legislative che riguardano il mondo dei consumatori. Queste leggi, tutte scaricabili in formato Pdf, sono catalogate, a seconda della provenienza, in europee, nazionali e regionali. Per tutte le disposizioni è disponibile un commento e una breve spiegazione della norma. Nell'archivio è presente tutta la disciplina normativa in vigore di interesse per il mondo dei consumatori.

The screenshot shows the 'TUTTO CONSUMATORI' website with the 'Normative' section highlighted in the left sidebar. The main content area contains a detailed introduction to the normative section, explaining that it provides updates on legislative changes relevant to consumer protection. It mentions the website's role in providing information on EU, national, and regional laws, and offers a search function to find specific regulations. The right sidebar contains a navigation menu with options like 'CNCU', 'Area Stampa', 'Contatti Utenti', and 'Per tenersi aggiornati sul CNCU'.

L'Area Stampa è la sezione dedicata principalmente ai giornalisti, con tutti i contatti per avere ulteriori informazioni sul Cncu. In questa sezione, molto utilizzati dai navigatori, ci sono anche gli archivi, aggiornati dal settembre 1999, dei comunicati stampa diffusi dal Consiglio e quello con la rassegna stampa. Quest'ultimo mette a disposizione in formato scaricabile tutti gli articoli apparsi sulla stampa, generalista e di settore, sui temi di interesse.

AREA STAMPA

The screenshot shows the 'TUTTO CONSUMATORI' website with the 'Area Stampa' section highlighted in the left sidebar. The main content area provides information about the press area, including contact details for the CNCU (Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti). It lists the office address, phone number, and fax. Below this, there are sections for 'Per tenersi aggiornati sul CNCU' and 'Comunicati Stampa', which offer options to subscribe to newsletters or receive press releases. The right sidebar contains a navigation menu similar to the previous page, with 'Area Stampa' highlighted.



SEZIONE EVENTI

In questa sezione sono riportati tutti gli eventi in programma, nonché, attraverso un archivio, alcune informazioni sugli eventi già trascorsi. Sono segnalati oltre agli eventi Cncu anche quelli delle 17 associazioni e quelli ritenuti di interesse per i consumatori. L'utente può consultare gli eventi in calendario individuando velocemente, come in una agenda, i prossimi appuntamenti suddivisi per data e tema.

Per avere maggiori informazioni sul singolo appuntamento, basta cliccare sui titoli degli eventi e accedere alla pagina dedicata.

documenti



NEWSLETTER

Una newsletter quindicinale a cura della redazione di Tuttoconsumatori.it permette a chiunque sia interessato di rimanere informato sulle notizie più importanti pubblicate dal sito. Una selezione di tutte le novità uscite nelle due settimane precedenti viene, infatti, spedita nella casella di posta elettronica di chi ne faccia richiesta. Per usufruire di questo servizio basta semplicemente lasciare il proprio indirizzo e-mail acconsentendo alla cessione del dato personale. Per interrompere il servizio è sufficiente ripetere la stessa procedura nella casella Cancellazione.



PREFERENZE DI VISUALIZZAZIONE

Questa voce permette di modificare le proprie preferenze di visualizzazione. In particolare permette di scegliere, oltre alla grandezza del carattere, anche la possibilità di impostare un testo grande e contrastato ovvero con scritte bianche su fondo nero. La funzione è particolarmente indicata per soggetti che abbiano difficoltà visive come gli ipovedenti. Questa possibilità, insieme ad altre caratteristiche tecniche del sito, ha permesso al portale del Cncu di richiedere al Cnipa il certificato di accessibilità web che garantisce la piena fruibilità di contenuti da parte dei soggetti svantaggiati.

FEED RSS

Tra le ultime novità in campo di informazione sul web troviamo i *feed Rss (Really Simple Syndication)*, un particolare sistema che permette di ricevere sul proprio computer le notizie pubblicate da un sito. Tuttoconsumatori.it si mantiene al passo con i tempi e concede questa possibilità. Basta scaricare un software cosiddetto aggregatore che raccoglie contenuti da fonti diverse liberando l'utente dalla verifica costante dell'aggiornamento del sito. In pratica, le news arrivano direttamente sul computer del singolo, senza bisogno di andarle a cercare.

documenti

The screenshot shows the homepage of Tuttoconsumatori, the portal of the National Council of Consumers and Users. The main heading is "TUTTOCONSUMATORI" with the subtitle "IL PORTALE DEL CONSIGLIO NAZIONALE DEI CONSUMATORI E DEGLI UTENTI". Below this, there is a section titled "Feed RSS" which explains that RSS (Really Simple Syndication) is a document type that allows for the simple distribution of content and enables users to receive updates on their computer. It mentions that users can use various software or services to aggregate feeds, such as NetNewsWire or FeedReader. At the bottom of the page, there are several navigation menus including "Altre News", "Servizi e Associazioni", "Accessibilità", "Contatti", and "Feed RSS".

Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori

Direttore Generale
Daniela Primicerio

Segreteria
tel. 06 4705 2910/2042
fax 06 4705 2898

e-mail: segreteria.dgamto@attivaproduttive.gov.it

Area coordinamento affari generali e uffici di staff

Ufficio A2 - Ufficio Affari Generali e gestione del personale e delle risorse finanziarie

Dr. Piero Francolini tel. 0647052155
piero.francolini@attivaproduttive.gov.it

Ufficio A3 - Programmazione, sviluppo e controllo di gestione

Dr.ssa Antonia Martelli tel. 0647052779
antonia.martelli@attivaproduttive.gov.it

Ufficio A4 - Affari Giuridici e contenzioso

Dr. Gianfrancesco Romeo tel. 0647052771
gianfrancesco.romeo@attivaproduttive.gov.it

Area mercato

Ufficio B1 - Coordinamento delle politiche per la tutela del mercato

Dr. Felice Lopresto tel. 0647052761
felice.lopresto@attivaproduttive.gov.it

Ufficio B2 - Osservatorio prezzi e tariffe

Dr. Alessandro Serra tel. 0647052323
alessandro.serra@attivaproduttive.gov.it

Ufficio B3 - Rapporti istituzionali e studi

Dr.ssa Giovanna Di Capua tel. 0647052056
giovanna.dicapua@attivaproduttive.gov.it

Ufficio B4 - Manifestazioni a premio

Dr. Antonio Porzio tel. 0647052576
antonio.porzio@attivaproduttive.gov.it

Area politiche per i consumatori

Ufficio C1 - Coordinamento delle politiche per i consumatori

Dr. Attilio Mambelli tel. 0647887763 - 0647052509
attilio.mambelli@attivaproduttive.gov.it

Ufficio C2 - Attività comunitarie ed internazionali

Dr. Gianfranco Nitti - funzionario di riferimento - tel 0647052156
gianfrancesco.nitti@attivaproduttive.gov.it

Ufficio C3 - Politiche nazionali e diritti dei consumatori

Dr.ssa Silvia Petrucci tel. 0647052055
silvia.petrucci@attivaproduttive.gov.it

Ufficio C4 - Funzionamento del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti CNCU

Dr. Luigi Ferrara tel. 0647052219
luigi.ferrara@attivaproduttive.gov.it

Area prodotti

Ufficio D1 - Coordinamento delle attività per la sicurezza e la qualità dei prodotti

Dr.ssa Antonella d'Alessandro tel. 0647052273
antonella.dalessandro@attivaproduttive.gov.it

Ufficio D2 - Metrologia e metalli preziosi

Dr. Mario Panetta - funzionario di riferimento - tel. 0647052869
mario.panetta@attivaproduttive.gov.it

Ufficio D3 - Strumenti di misura

Dr. Gianfrancesco Romeo - reggente - tel. 068416825 Via Antonio Bosio, 15-Roma
gianfrancesco.romeo@attivaproduttive.gov.it

Ufficio D4 - Sicurezza e conformità dei prodotti

Dr.ssa Antonella d'Alessandro - reggente - tel. 0647052273
antonella.dalessandro@attivaproduttive.gov.it

Ufficio D5 - Qualità prodotti e servizi

Dr.ssa Maria Rosaria Amoroso tel. 0647052152
mariarosaria.amoroso@attivaproduttive.gov.it