



**Quaderno  
informativo**

Dipartimento  
per la regolazione  
del mercato

Direzione generale  
per la concorrenza  
e i consumatori

# Mercato *consumatori*

marzo 2008 numero 5 nuova serie anno 8



*Ministero  
dello Sviluppo Economico*

**La riorganizzazione  
del Ministero  
dello Sviluppo Economico**

**Le principali iniziative  
del 2007  
a favore dei consumatori**



**La strategia  
di contenimento  
DEI PREZZI**

## EDITORIALE

|   |   |
|---|---|
| Tutela del consumatore<br><b>Regole, qualità e prezzi</b> | 2 |
|---|---|

## SPECIALE PREZZI

|   |    |
|---|----|
| Le linee guida del Garante<br><b>Una rete capillare su tutto il territorio</b>                      | 4  |
| La nuova newsletter dell'Osservatorio<br><b>Prezzi &amp; Consumi sotto la lente d'ingrandimento</b> | 8  |
| Attività antispeculazione<br><b>La task force per il controllo dei prezzi</b>                       | 10 |

## LA RIFORMA DEL MINISTERO

|  |    |
|--|----|
| Al via il nuovo modello organizzativo<br><b>Una struttura più snella e risparmi per un milione</b> | 12 |
|--|----|

## CONSUMATORI

|   |    |
|---|----|
| Imprese e consumatori<br><b>Pratiche commerciali scorrette: ecco la legge</b>       | 18 |
| Azione collettiva risarcitoria<br><b>Aumenta la tutela a difesa dei consumatori</b> | 22 |
| <b>Una panoramica della situazione europea</b>                                      | 25 |

## MERCATO

|   |    |
|---|----|
| Strumenti di misura<br><b>Organismi notificati: la direttiva 2004/22/CE</b>   | 28 |
| I nuovi decreti ministeriali<br><b>I chiarimenti sui tachigrafi digitali</b>  | 32 |
| Manifestazioni a premio<br><b>Le opportunità e le tutele nelle promozioni</b> | 34 |

## PRODOTTI

|   |    |
|---|----|
| Sicurezza prodotti<br><b>Il caso Mattel e gli altri interventi del 2007</b> | 38 |
|---|----|

## DOCUMENTAZIONE

|   |    |
|---|----|
| Il DPR 225 del 14 novembre 2007<br><b>Ministero dello Sviluppo economico: la nuova organizzazione</b>                   | 44 |
| Pratiche commerciali sleali: il D. Lgs. 146/2007<br><b>Le modifiche apportate al Codice del consumo</b>                 | 64 |
| Pratiche commerciali sleali: il D. Lgs. 145/2007<br><b>Che cosa cambia nella direttiva sulla pubblicità ingannevole</b> | 77 |
| Sicurezza prodotti<br><b>L'attività 2006-2007 e il caso Mattel</b>  | 84 |
| Legge 244 del 24 dicembre 2007<br><b>L'istituzione del Garante per la sorveglianza dei prezzi</b>                       | 92 |
| Dati e metodologie<br><b>Fonti e rilevazioni dell'Osservatorio Prezzi</b>   | 94 |



editoriale

# Tutela del consumatore: su regole, qualità e ora anche sui prezzi

L'anno che si è chiuso, pur tra molte difficoltà che hanno impedito di portare al definitivo varo parlamentare la cosiddetta "terza lenzuolata", ha visto importanti progressi sul fronte delle liberalizzazioni, cioè di quelle misure tese a eliminare barriere e vessazioni che impediscono la libera concorrenza e finiscono, appunto, col riverberarsi sui prezzi

Questo numero del Quaderno informativo Mercato e consumatori ha un duplice filo conduttore. Nella sua parte iniziale passa in rassegna gli strumenti predisposti, su iniziativa o con la collaborazione del Ministero dello Sviluppo economico (Mse), per il contenimento della dinamica dei prezzi. Dall'altro presenta un consuntivo dell'azione svolta a tutela del consumatore nel corso del 2007: due temi, come si vede, fortemente intrecciati, ma che ci è sembrato giusto sottolineare nella loro specificità.

Alcuni degli argomenti trattati, come il contenimento dei prezzi, hanno richiamato una forte attenzione mediatica. Altri invece sono intessuti di atti amministrativi poco pubblicizzati, ma che sono essenziali per portare al successo la strategia di tutela del cittadino consumatore. Riferirne all'opinione pubblica è doveroso e serve anche a far conoscere il complesso lavoro svolto in questo campo dagli uffici della pubblica amministrazione.

L'anno che si è chiuso, pur tra molte difficoltà che hanno impedito di portare al definitivo varo parlamentare la cosiddetta "terza lenzuolata", ha visto importanti progressi sul fronte delle liberalizzazioni, cioè di quelle misure tese a eliminare barriere e vessazioni che impediscono la libera concorrenza e finiscono, appunto, col riverberarsi sui prezzi. I provvedimenti definitivamente approvati hanno comunque avuto effetti significativi.

Per controllare le filiere cerealicola e lattiero-casearia, dove si sono riscontrate tensioni derivanti dall'andamento dei prezzi internazionali, è entrata in funzione presso il Mipaaf la *task force* interministeriale ed interforze che si avvale di ampie collaborazioni da parte di diverse amministrazioni e delle forze dell'ordine. Un'ulteriore novità è costituita da una newsletter mensile che fotografa i risultati del lavoro dell'Osservatorio prezzi e tariffe. Completa la strategia sui prezzi la nascita di un Garante per i prezzi: una figura istituzionale nuova, sulla quale si potranno fornire maggiori informazioni operative nel prossimo numero.

Quanto alle sezioni di questa rivista dedicate alle altre importanti



iniziative sviluppate nel corso del 2007, nella sezione “consumatori” si fa il punto sulle novità in tema di pratiche commerciali scorrette e sull’azione risarcitoria collettiva introdotta con la Finanziaria 2008 – la cosiddetta *class action* che certamente amplierà anche il ruolo delle associazioni dei consumatori riunite nel Cncu, Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti.

La sezione “mercato” tratta dell’accreditamento degli organismi di certificazione, dell’introduzione dei tachigrafi digitali sugli autocarri e della vigilanza sui concorsi a premio. Infine, nella sezione “prodotti” si descrive l’attività svolta a tutela dei consumatori e soprattutto dei bambini con l’attività di controllo sulla sicurezza dei giocattoli.

La rivista riferisce anche sulla riorganizzazione del Ministero dello Sviluppo economico, ora articolato in tre Dipartimenti, con una struttura complessiva più razionale, che dovrebbe portare a risparmi di spesa e ad aumenti di efficienza.

**ANTONIO LIROSI**

Capo del Dipartimento  
per la regolazione  
del mercato





## LE LINEE GUIDA DEL GARANTE

# Una rete capillare su tutto il territorio

di GIOVANNA DI CAPUA

Individuare le speculazioni e sensibilizzare tutti gli attori sul mercato – in primo luogo consumatori e imprese – nella difesa del potere d'acquisto, creando una rete capillare per il controllo dei prezzi su tutto il territorio nazionale. È lungo queste linee guida che si dispiega la *mission* del Garante per la sorveglianza dei prezzi, istituito con la Finanziaria per il 2008 e che dallo scorso 15 gennaio ha un volto: quello di Antonio Lirosi, capo Dipartimento per la regolazione del mercato del Ministero dello Sviluppo economico.

per ulteriori informazioni  
<http://www.osservaprezzi.it/garanteprezzi/index.asp>

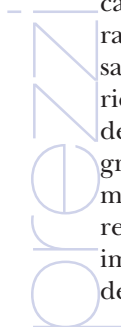
L'istituzione di "Mister Prezzi", come la stampa ha definito la nuova figura, è la risposta del Governo ai rincari dei prodotti che minano il potere di acquisto delle famiglie italiane: alimentari *in primis*, ma anche altri generi di prima necessità.

## Attività a costo zero

Nessuna nuova struttura di supporto, nessun nuovo apparato, niente oneri aggiuntivi per le casse dello Stato: per garantire il funzionamento della nuova figura, infatti, ci si avvarrà degli strumenti già esistenti. Anche la rete attivata presso le Camere di Commercio sarà realizzata con le risorse umane, finanziarie e strumentali già disponibili. L'incarico affidato al Garante ha durata triennale.

## Le linee guida dell'attività

Nel corso della conferenza stampa a Palazzo Chigi, seguita alla sua nomina da parte del Governo, il Garante ha così sintetizzato le coordinate che ispireranno la sua azione: monitoraggio e informazione, persuasione e deterrenza, promozione e contenimento. In sostanza la nuova figura istituita dal Governo vigilerà sul mercato sia attraverso le segnalazioni dei cittadini, sia grazie a un rafforzamento della collaborazione con la Guardia di Finanza; sarà poi suo compito favorire il dialogo tra consumatori e categorie imprenditoriali, dialogo che andrà avanti anche sotto la regia delle altre istituzioni, locali e nazionali. Il Garante sarà così in grado di isolare i comportamenti opportunistici di chi opera nel mercato nelle fasi di produzione e distribuzione e potrà valorizzare i processi virtuosi e le migliori pratiche. Ultimo, ma non meno importante, il Garante assicurerà l'informazione sui prezzi, rendendo più trasparente la scelta per i consumatori e le imprese e



La corsa all'inflazione è un danno per tutti. Serve un approccio fondato su una maggiore cognizione delle reali dinamiche del mercato

stimolando in tal modo una maggiore consapevolezza sul tema dei prezzi anche grazie alla possibilità di comparare i prezzi dei beni commercializzati sul territorio nazionale e disponibili sul sito [www.osservaprezzi.it](http://www.osservaprezzi.it).

Per le sue caratteristiche e per le funzioni che gli sono assegnate, la figura del Garante per la sorveglianza dei prezzi rappresenta un'esperienza nuova nell'ambito della Ue. Si tratta in effetti di un ulteriore sviluppo, e di una logica conseguenza, del lavoro sulle liberalizzazioni già da tempo avviato dalla ex Dgamt, oggi Direzione generale per la concorrenza e i consumatori. Una prova di questa azione risulta proprio nel confronto con gli altri paesi europei: l'Italia ha infatti chiuso il 2007 con un'inflazione raffreddata grazie al segno meno su medicinali, telefonia e trasporto aereo, settori oggetto di liberalizzazione.

### Una figura nuova per l'Europa

Per lo svolgimento della propria attività il Garante può contare su una "cassetta degli attrezzi" variamente articolata.

**Gli 'Uffici Prezzi'**. Il Garante non regola direttamente i prezzi ma, nell'ambito della sua attività di controllo, sovrintende al nuovo sistema istruttorio nato per isolare i fenomeni speculativi. Questo sistema si basa su un controllo effettuato dagli stessi cittadini. Allo scopo di segnalare e limitare i rincari ingiustificati, infatti, le Camere di Commercio stanno già provvedendo a istituire e rendere noto al pubblico un "Ufficio Prezzi", tramite il quale riceveranno le segnalazioni degli utenti in merito alle anomalie che questi hanno rilevato sul mercato. Al Garante spetta il compito di sovrintendere alla tenuta e alle elaborazioni delle segnalazioni così raccolte. Per il monitoraggio potranno essere stipulate convenzioni non onerose tra le Camere di Commercio o insieme ai Comuni, alle Prefetture e ad altri Enti interessati. Per uniformare il più possibile le modalità di lavoro saranno disciplinate convenzioni tipo e procedure standard. I soggetti coinvolti, oltre al Ministero dello Sviluppo economico, saranno: Unioncamere, l'Ance (Associazione nazionale dei comuni italiani), il Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, il Ministero dell'Interno e il Ministero dell'Economia e Finanze. Il primo "Ufficio Prezzi" è stato inaugurato dal Garante il 1° febbraio a Venezia.

### Gli strumenti del Garante





**La raccolta delle informazioni.** Il Garante sovrintende anche alle informazioni che provengono dall'Istat, dal Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali e da altre istituzioni; per quanto riguarda i servizi di pubblica utilità, acquisisce informazioni dal Dipartimento della Presidenza del Consiglio dei Ministri per la programmazione e il coordinamento della politica economica.

**La pubblicità delle rilevazioni.** I risultati dell'attività del Garante potranno essere consultati grazie al "Portale delle imprese, dei consumatori e dei prezzi", gestito in rete dalle Camere di Commercio: nel sito sarà prevista un'apposita sezione riservata alla cosiddetta "white list", nella quale verranno inserite le iniziative virtuose assunte sul territorio nazionale che contribuiscono a contenere le tensioni dei prezzi. Inoltre sono in programma campagne informative e di sensibilizzazione sui media per promuovere l'attività del Garante.

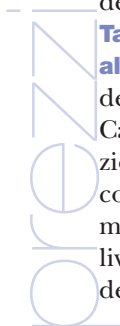
**La procedura in caso di anomalie.** L'esito delle verifiche e delle analisi avviate a seguito delle segnalazioni rilevate avvalendosi degli "Uffici Prezzi" delle Camere di Commercio, del Portale delle Imprese, dei tavoli di analisi sull'andamento dei prezzi appositamente istituiti nonché del costante confronto con Camere di Commercio, associazioni fra imprese e sigle di tutela del consumo, verranno sottoposte all'attenzione del Garante che, se necessario, provvederà a inoltrarle al Ministro dello sviluppo economico per l'eventuale segnalazione all'Antitrust o affinché possa trarne spunto per proposte di legge.

## Le prime iniziative del Garante

A poco più di un mese dalla sua istituzione, il Garante ha già concretizzato alcune importanti iniziative e fra i numerosi interventi citiamo:

**Tavolo di confronto con i produttori di carne.** Una prima, importante opportunità di confronto con il mondo produttivo è stata quella del 6 febbraio. In questa occasione il Garante ha partecipato al tavolo della filiera carni, presenti i dirigenti del Ministero dello Sviluppo economico e del Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, oltre ai produttori, alle industrie e agli allevatori del settore. L'incontro ha ottenuto l'impegno, da parte di alcune categorie del commercio, a ridurre i prezzi del pollame. La rilevazione Istat a fine febbraio ha registrato la stabilità dei prezzi delle carni e, in particolare, una diminuzione dello 0,5% sul pollo.

**Tavolo di confronto con le Associazioni di categoria sul prezzo al consumo del latte fresco.** Il 27 febbraio presso il Ministero delle Politiche agricole, alla presenza del Ministro Paolo De Castro, il Garante ha incontrato i rappresentanti della trasformazione, della distribuzione e del commercio del latte fresco. Nel corso dell'incontro sono state esaminate le dinamiche e i problemi del settore ed è stata confermata la presenza sul mercato di livelli di prezzo che variano in relazione alla tipologia del servizio, del punto vendita e delle città.



Da questo tavolo si è ottenuta la disponibilità delle associazioni a sensibilizzare i propri associati per contenere i prezzi al consumo e a condividere il fatto che attualmente in Italia, in base alle rilevazioni, il prezzo al consumo del latte fresco oscilla da un minimo di 1-1,10 euro a un massimo di 1,60-1,70 euro e che quindi, come affermato dal Garante, un importo superiore è da considerarsi eccessivo.

**Il Garante convoca l'Ania.** Si segnala, infine, la convocazione dell'associazione delle compagnie di assicurazione (ANIA) fissata per il 6 marzo per discutere del tema Rc auto. Con questo incontro il Garante testimonia la continuità nella linea d'azione avviata un anno fa dal Ministero con l'introduzione dell'indennizzo diretto, che secondo l'Isvap ha portato verso l'attuale riduzione del 10% del costo medio dei sinistri risarciti dalle compagnie.

I commi della legge Finanziaria che istituiscono la figura del Garante sono stati inseriti nella parte documentale, alle pagine 94 e 95 di questa pubblicazione.

Se si desiderasse contattare il Garante, segnalando eventuali rincari o anomalie nei prezzi riscontrati dai cittadini, o per avere qualsiasi altra informazione, è possibile inviare una e-mail all'indirizzo di posta elettronica: [garante@osservaprezzi.it](mailto:garante@osservaprezzi.it).

**Come contattare  
il Garante**





LA NUOVA NEWSLETTER DELL'OSSERVATORIO

# Prezzi & Consumi sotto la lente d'ingrandimento

Strumento di lavoro e fonte preziosa di informazione per orientarsi sul livello prevalente dei prezzi di beni e servizi. Destinatari: associazioni di categoria, istituti di ricerca, parti sociali e consumatori. Con questi obiettivi lo scorso novembre è nata la newsletter dell'Osservatorio prezzi e tariffe curata dal Ministero dello Sviluppo

per ulteriori informazioni  
<http://www.osservaprezzi.it>

economico attraverso la Direzione generale armonizzazione del mercato e tutela dei consumatori e con il supporto tecnico dell'Istituto per la promozione industriale (Ipi).

La newsletter elettronica "Prezzi & Consumi" contiene dati e indicatori sulla struttura dei prezzi e sulle dinamiche dei consumi e offre analisi settoriali e di filiera aggiornati con un occhio a quanto accade al di fuori dei confini nazionali: un'apposita sezione mette infatti a confronto i risultati raccolti con quelli degli altri paesi europei.

## I prezzi più "freddi" e quelli più "caldi"

Particolare attenzione è prestata ai fronti caldi del mercato dei beni di largo consumo, e in questo contesto non poteva mancare un focus sull'andamento delle tariffe energetiche e dei fattori macroeconomici all'origine delle oscillazioni. Uno spazio è dedicato alla corsa dei prezzi internazionali delle materie prime, alle quotazioni del cambio euro-dollaro, all'andamento del prezzo industriale e finale della benzina e del diesel in Italia e nell'area euro.

Pubblicata mensilmente e consultabile sul sito internet [www.osservaprezzi.it](http://www.osservaprezzi.it), la newsletter permette una consultazione immediata e semplice dei prezzi rilevati sull'intero territorio nazionale.

## La struttura della pubblicazione

La newsletter si apre con una presentazione sintetica dei contenuti rilevati nel periodo analizzato. Un capitolo è dedicato ai prezzi dei carburanti praticati sulla rete autostradale. Nei successivi approfondimenti vengono passati in rassegna i dati di maggior rilievo sul fronte dei prezzi, in Italia e in Europa.

**Tasso di inflazione.** È indicata la percentuale di crescita congiunturale e tendenziale dell'inflazione registrata in Italia e dei beni del paniere che hanno contribuito maggiormente all'aumento dei prezzi, oltre a eventuali interventi legislativi con impatto sulla dinamica dei prezzi.

**Online i prezzi dei carburanti praticati sulla rete autostradale.**

La newsletter rimanda all'apposita sezione disponibile sul sito [www.osservaprezzi.it](http://www.osservaprezzi.it): sono gli stessi gestori delle aree di servizio autostradali a inserire periodicamente i prezzi dei carburanti, come stabilito dal secondo provvedimento di liberalizzazione (legge 40/07). Chiunque può così confrontare online i prezzi al litro di gasolio e diesel indicati per ciascuna tratta e scegliere dove fermarsi per fare il pieno, ancor prima di mettersi in viaggio.

**Confronto con la Ue.** Il livello dell'inflazione in Italia viene messo a confronto con la media registrata nell'area dell'euro.

**Prezzi industriali dei carburanti nella Ue.** Un segnale di attenzione è prestato ai dati italiani, quando le performance registrate si discostano significativamente dalla media Ue.

**I prezzi 'caldi' e i prezzi 'freddi'.** Sono segnalate eventuali tensioni sui prezzi di alcuni prodotti.

**I consumi delle famiglie.** Indica l'andamento dei consumi in Italia secondo i dati di contabilità nazionale registrati per ciascun periodo.

**Brent.** È analizzato l'andamento del prezzo del Brent espresso in dollari e gli effetti che ricadono sui consumatori del Vecchio Continente.

**Benzina e diesel.** Questo capitolo contiene un'indicazione sui prezzi industriali della benzina e del diesel in Italia e un confronto con la media Ue.

**Il fisco sui carburanti.** È analizzata la componente fiscale dei carburanti in Italia, ancora una volta confrontandola con l'andamento degli altri paesi del Vecchio Continente.

**Prezzi delle materie prime.** Sono segnalate eventuali oscillazioni significative nell'indice dei prezzi di combustibili e prodotti alimentari.

*Nell'immagine in alto l'home page del sito [www.osservaprezzi.it](http://www.osservaprezzi.it), dalla quale si accede alla newsletter*



## ATTIVITÀ ANTISPECULAZIONE

# La task force per il controllo dei prezzi

Pasta, pane, latte e formaggi a peso d'oro: nella seconda metà del 2007 i prezzi di questi e altri prodotti sono schizzati alle stelle per il *mix* di aumenti nel costo delle materie prime alimentari – cereali *in primis* – e dei prodotti petroliferi. Eventi che hanno posto il contenimento dell'inflazione al centro dell'azione del Governo.

Come prima e tempestiva modalità di risposta per evitare che le tensioni internazionali potessero sfociare in speculazioni sui prezzi, lo scorso ottobre si è provveduto all'attivazione di una *task force* interministeriale e interforze presso il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali (Mipaaf) che, congiuntamente al Ministero dello Sviluppo economico, ne gestisce l'operatività. Partecipa ai lavori il Ministero della Salute.

per ulteriori informazioni  
<http://www.osservaprezzi.it>

## I controlli nella prima fase di attività

In questa prima fase l'attività si è concentrata su specifici controlli nelle filiere cerealicola e lattiero-casearia e, visti i buoni risultati conseguiti, i due Ministeri hanno convenuto di dare carattere strutturale agli interventi che si estenderanno quindi all'intero panorama del mercato alimentare. Il fine ultimo è quello di prevenire e, ove necessario, reprimere, anomali comportamenti di mercato e speculazioni a danno dei produttori e dei consumatori.

Per portare avanti il monitoraggio, la task force si è avvalsa della collaborazione della Guardia di Finanza, dei NAS dei Carabinieri, del Comando Carabinieri politiche agricole e dell'Ispettorato Centrale per il controllo della qualità dei prodotti agroalimentari. Per il monitoraggio sulle importazioni è intervenuta l'Agenzia delle Dogane. Le azioni di controllo delle forze impegnate hanno riguardato l'intero territorio nazionale e tutte le fasi di produzione della filiera dei cereali e di quella lattiero-casearia (origine, stoccaggio, produzione, ingrosso e dettaglio).

## Le linee guida

In via prioritaria il tavolo antispeculazione ha individuato queste linee di indirizzo, su cui si dispiega l'attività di controllo:

1. contrasto delle pratiche di occultamento e accaparramento di merci per evitare che si riduca l'offerta sul mercato di alcuni prodotti o che siano sottratti all'utilizzo e al consumo;
2. verifica della qualità dei prodotti messi in commercio per prevenire pratiche tese a deteriorare o alterare la qualità delle produzioni;

3. per le filiere cerealicola e lattiero-casearia, si è provveduto alla verifica del livello dei prezzi di vendita al dettaglio e al loro confronto con il prezzo di acquisto di beni da parte dell' esercente.

I primi risultati non si sono fatti attendere. Il punto sull'attività di controllo, emerso nell'ultima riunione del Gruppo interministeriale dello scorso dicembre, ha consentito di evidenziare le seguenti circostanze:

1. dall'inizio di novembre sono state condotte 3.300 ispezioni presso imprese delle filiere lattiero-casearia e cerealicola (pane e pasta), delle quali quasi 3.100 imprese del commercio al dettaglio e circa 230 imprese rappresentative della produzione e trasformazione. Un'attività di controllo capillare e assai incrementata rispetto alla normale operatività (+980% in termini di ore uomo dedicate), che si è concentrata sia nelle fasi di vendita – con la verifica di eventuali irregolarità nei prezzi applicati al consumo – sia nelle fasi produttive, per valutare il rispetto degli standard qualitativi dei prodotti;
2. grazie all'analisi dei dati preliminari è già possibile segnalare circa 440 irregolarità amministrative sui prezzi al consumo a carico dei dettaglianti e oltre 30 irregolarità sul rispetto dei requisiti qualitativi nella fase produttiva delle due filiere. L'elaborazione definitiva e la presentazione dei risultati di questa prima fase dei controlli avverrà nel corso delle prossime settimane.

## I primi risultati

IN  
Z  
E  
R  
O



AL VIA IL NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO

# Una struttura più snella e risparmi per un milione

di GIANFRANCESCO ROMEO

Anno nuovo, veste nuova: il 2008 parte con la riorganizzazione del Ministero che si articola ora in Dipartimenti nel cui ambito sono collocate le Direzioni generali, secondo quanto previsto dal regolamento di organizzazione del 14 novembre 2007 n. 225, entrato in vigore il 19 dicembre 2007.

Il riassetto, molto atteso, prevede tre grandi Dipartimenti, ciascuno comprendente a sua volta quattro Direzioni generali. Nelle previsioni del Mse, il frutto della riorganizzazione sarà una struttura più snella, che porterà, fra l'altro, a risparmi di spesa pari a un milione di euro ogni anno.

per ulteriori informazioni  
<http://www.sviluppoeconomico.gov.it>

## Una nuova mission per il Ministero dello Sviluppo economico

Il nuovo modello organizzativo mette in pratica i dettami del decreto legge n.181/2006, che aveva ridefinito la composizione del Governo e il numero dei ministeri, e risponde anche alle istanze di razionalizzazione e ottimizzazione delle strutture, nonché di riduzione delle spese e dei costi per il funzionamento della macchina amministrativa, sulla base delle prescrizioni in tal senso contenute nella legge finanziaria del 2007.

La *mission* del Ministero è dunque quella di attuare politiche di sviluppo del sistema produttivo, promuovere la concorrenza, assicurare la realizzazione di interventi per lo sviluppo e la coesione economica.

## Il modello organizzativo dopo il riassetto

In tale contesto i tre Dipartimenti e le dodici Direzioni risultanti dal riassetto si troveranno a dover far fronte ad altre importanti questioni che riguardano da vicino il mondo produttivo e i consumatori:

- competitività;
- tutela del cittadino nei rapporti con gli operatori economici;
- innovazione tecnologica;
- uso efficiente dell'energia;
- politiche di sostegno delle aree sottoutilizzate.

L'obiettivo ultimo, che coincide con le finalità istituzionali del Ministero, è garantire un ordinato svolgimento del mercato, nel quale siano sostenute le funzioni della produzione, della distribuzione e del consumo, senza dimenticare le esigenze di riequilibrio territoriale e sociale.





Il nuovo modello organizzativo mette in pratica quanto previsto dal decreto legge n. 181/2006, che aveva ridefinito la composizione del Governo e il numero dei ministeri

Il nuovo assetto permetterà di perseguire più efficacemente e senza ulteriori aggravii di spesa le *mission* indicate.

L'esigenza di ridisegnare la mappa e le competenze del Ministero, come si sottolinea nella relazione che ha presentato il riassetto, parte da lontano: la riorganizzazione del precedente Ministero delle Attività produttive, a cui il Mse è subentrato, non è mai giunta al termine e la conseguente mancanza di coordinamento fra le direzioni generali ha creato asimmetrie informative e diseconomie, con ripercussioni sull'efficienza delle politiche di promozione economica e di vigilanza del mercato.

Le novità della riorganizzazione che maggiormente interessano i settori tradizionalmente oggetto di questo Quaderno informativo sono essenzialmente due, ovvero:

- il rinnovamento della Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori, che si è concentrata sui settori della concorrenza e delle liberalizzazioni per ricomprendere in un quadro unitario le politiche per i consumatori;
- la soppressione della "vecchia" Direzione generale del commercio, delle assicurazioni e dei servizi, che ha lasciato il posto a una struttura unica che assicura la vigilanza del mercato, amministrativa e tecnica per quel che concerne prodotti e servizi, e definisce la normativa a carattere tecnico per gli stessi.

Tutto ciò nell'ambito del neo istituito Dipartimento per la regolazione del mercato, che ricomprende anche la Direzione generale per la proprietà industriale e la Direzione generale per i servizi interni.

La disciplina delle attività e delle competenze dei tre nuovi Dipartimenti e delle Direzioni risultanti dal riassetto è contenuta nel regolamento di organizzazione.

Al Dipartimento per la competitività è attribuita, come *mission* principale, la funzione di promozione e sviluppo della competitività del sistema produttivo nazionale, con il sostegno e gli incentivi alle attività imprenditoriali. Cura inoltre le politiche per l'energia, per le PMI e gli enti cooperativi.

Il Dipartimento è articolato in quattro Direzioni generali: la Direzione generale per la politica industriale; la Direzione genera-

## Cambiamenti per la DGAMTC

## Il Dipartimento per la competitività



le per il sostegno delle attività imprenditoriali; la Direzione generale per l'energia e le risorse minerarie e la Direzione generale per le piccole e medie imprese e gli enti cooperativi.

Queste, in estrema sintesi, le competenze delle quattro Direzioni Generali:

**Direzione generale per la politica industriale (art. 4).** Questa Direzione si occupa in particolare di promuovere e favorire la competitività del sistema produttivo. Essa provvede tra l'altro:

- alle politiche di supporto alla competitività delle grandi imprese nei settori strategici;
- alle politiche destinate ai distretti industriali;
- agli interventi di reindustrializzazione e riconversione dei settori delle aree industriali colpiti da crisi;
- al sostegno e alla promozione del made in Italy;
- al supporto tecnico all'attività dell'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione.

La Direzione generale per la politica industriale ha inoltre compiti di promozione e assistenza per gli interventi in paesi terzi di interesse per la politica di competitività nazionale.

**Direzione generale per il sostegno delle attività imprenditoriali (art. 5).** La competenza di questa Direzione è legata alle funzioni di spettanza del Ministero in materia di incentivazione alle imprese, con una competenza residuale di gestione di tutti gli strumenti non attribuiti alle altre Direzioni generali.

In particolare gestisce gli strumenti di sostegno alle imprese per superare gli squilibri di sviluppo economico territoriale ed accrescere la competitività. Su questi interventi, inoltre, svolge compiti di vigilanza, controllo, elaborazioni statistiche e studi. A tal fine opera in raccordo con il Sistema di monitoraggio investimenti pubblici (MIP).

**Direzione generale per l'energia e le risorse minerarie (art. 6).**

Questa Direzione è preposta, tra l'altro, alla definizione degli obiettivi e delle linee della politica energetica e mineraria del Paese e ai rapporti internazionali e comunitari.

Si occupa inoltre della liberalizzazione dei mercati dell'energia, promuovendo la concorrenza nel settore e sviluppando oltre a ciò le fonti rinnovabili e i combustibili alternativi.

Un ulteriore compito della Direzione consiste nell'assicurare la vigilanza sugli enti strumentali in materia energetica – in primo luogo l'ENEA – e i rapporti con l'Autorità per l'energia elettrica e il gas e con l'Antitrust.

**Direzione generale per le piccole e medie imprese e gli enti cooperativi (art. 7).** Per le PMI, l'attività della Direzione punta:

- a favorire la creazione di nuove imprese;
- ad assicurare il sostegno alle imprese ad alto tasso di crescita, anche con iniziative per la semplificazione amministrativa e mediante lo sviluppo delle tematiche relative alla responsabilità sociale;
- a vigilare nei confronti degli enti cooperativi e degli enti mutualistici previsti dal codice civile;



- a provvedere alla tenuta dell'Albo nazionale delle società cooperative nell'ambito dell'attività di vigilanza.

Nell'ambito delle funzioni di promozione e sviluppo e di responsabilità sociale, la Direzione opera in coordinamento con le altre amministrazioni di settore e competenti, in particolare con il Ministero della Solidarietà sociale.

Il Dipartimento per la regolazione del mercato è competente in materia di:

- promozione e regolazione della concorrenza e del mercato, con particolare riferimento al settore dei servizi;
- tutela dei consumatori;
- normazione tecnica, vigilanza e controllo inerenti la sicurezza dei prodotti e degli impianti industriali;
- tutela giuridica della proprietà industriale.

Il Dipartimento è articolato in quattro Direzioni generali: la Direzione generale per la concorrenza e i consumatori; la Direzione generale per la vigilanza e la normativa tecnica; la Direzione generale per la proprietà industriale - Ufficio italiano brevetti e marchi; la Direzione generale per i servizi interni.

#### **Direzione generale per la concorrenza e i consumatori (art. 9).**

Questa Direzione cura i compiti del Ministero in materia di promozione della concorrenza e delle corrette dinamiche di mercato. A tal fine coordina le relative politiche anche per la regolamentazione di singoli settori economici e categorie professionali.

Inoltre essa:

- collabora stabilmente con l'Antitrust per segnalazioni e indagini su tali temi;
- cura il confronto e il coordinamento con le Regioni;
- tiene i rapporti con gli organismi internazionali e le strutture comunitarie competenti in materia;
- effettua il monitoraggio dei prezzi e osserva il relativo processo di formazione.

Tra i nuovi compiti in materia di promozione e concorrenza assegnati alla Direzione spicca lo specifico riferimento al settore commerciale e ai servizi e la cura del settore assicurativo con la tenuta dei rapporti con l'Isvap.

Spetta altresì alla Direzione il compito di supporto e segreteria del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (Cncu).

#### **Direzione generale per la vigilanza e la normativa tecnica (art.**

**10).** Questa Direzione unifica i compiti svolti in precedenza da uffici diversi in materia di metrologia, sicurezza e qualità di prodotti, impianti e attrezzature con i relativi controlli di conformità. Spettano infatti ai suoi uffici le funzioni di regolazione tecnica e di controllo in materia di sicurezza e qualità dei prodotti e servizi, a esclusione di quelle ricadenti su altre amministrazioni di settore, tra le quali il Ministero delle comunicazioni. Vigila inoltre sugli enti di normazione tecnica e di accreditamento. Tra i compiti della Direzione è inoltre ricompresa la vigilanza amministrativa sulle

## **Il Dipartimento per la regolazione del mercato**

attività





manifestazioni a premio e quella sulle società fiduciarie e di revisione. Tiene i rapporti con il sistema delle Camere di Commercio e le attività connesse al registro delle imprese.

**Direzione generale per la proprietà industriale - Ufficio italiano brevetti e marchi (che diventa Direzione generale autonoma) (art. 11).** Sono attribuite a questa Direzione competenze in materia di tutela giuridica e dell'utilizzazione economica della proprietà industriale. Tra le altre:

- attività di rilascio di brevetti nazionali;
- deposito delle domande di brevetto europeo;
- registrazione dei modelli e dei disegni industriali;
- registrazione dei marchi di impresa nazionali.

Spetta alla Direzione anche l'attività inerente la registrazione dei marchi internazionali presso l'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale e il deposito delle domande di marchio comunitario, con tutti i connessi adempimenti.

**Direzione generale per i servizi interni (art. 12).** Questa Direzione cura gli affari generali del Dipartimento per la regolazione del mercato. La Conferenza dei Capi Dipartimento vi indirizza poi di volta in volta analoghe funzioni anche per gli altri rami del Ministero in tema di risorse umane, finanziarie e strumentali per le quali è stata deliberata la gestione unificata.

Alla Direzione compete peraltro l'attività di supporto e segreteria della Conferenza dei Capi Dipartimento, oltre che le funzioni di gestione del personale di interesse del Ministero.

### Dipartimento per le politiche di sviluppo e coesione

Il Dipartimento per le politiche di sviluppo e coesione svolge le funzioni in materia di programmazione, coordinamento, attuazione e verifica degli interventi per lo sviluppo e la coesione economica, sociale e territoriale, con specifico riferimento alle aree sottoutilizzate.

Queste funzioni sono state trasferite dal Ministero dell'Economia e delle Finanze al Ministero dello Sviluppo economico con il decreto legge 181 del 2006, contestualmente al trasferimento alla Presidenza del Consiglio dei ministri delle funzioni di segreteria del Cipe. Si rendeva pertanto necessaria una riorganizzazione del Dipartimento per adeguarlo alle nuove esigenze operative.

**Direzione generale studi e statistiche (art. 14).** Alla Direzione sono affidati, tra gli altri:

- compiti di analisi economiche, finanziarie e sociali a livello territoriale;
- compiti di formulazione di proposte strategiche in tema di politiche economiche e regionali per lo sviluppo e la coesione economico-sociale e territoriale.

**Direzione generale per le politiche dei fondi strutturali comunitari (art. 15).** Il regolamento assegna a questa Direzione, tra le altre, funzioni di coordinamento e definizione delle iniziative in materia di programmazione strategica e di utilizzazione dei fondi strutturali comunitari, secondo quanto previsto dalle direttive generali del Cipe.



La Direzione promuove i progetti di gemellaggio istituzionale promossi dalla Ue e di cooperazione.

**Direzione generale per le politiche di sviluppo territoriale e le intese istituzionali di programma (art. 16).** La disciplina è contenuta nell'articolo 16 del regolamento.

Spettano a questa Direzione, tra le altre, le competenze previste dalla legislazione vigente in materia di intese istituzionali di programma, accordi di programma quadro e di strumenti negoziali per favorire lo sviluppo economico territoriale.

**Direzione generale per la programmazione e gestione delle risorse nazionali di politica regionale (art. 17).** Questa Direzione è preposta, tra l'altro, alla formulazione d'iniziative e proposte in tema di programmazione e gestione del Fondo per le aree sottoutilizzate. A tal fine garantisce il coordinamento con le altre Direzioni e cura in particolare l'istruttoria della proposta di riparto del Fondo che il Ministero presenta al Cipe.

attività



## IMPRESE E CONSUMATORI

# Pratiche commerciali scorrette: ecco la legge

di UMBERTO TROIANI

Dalla scorsa estate l'Italia ha una disciplina nazionale in materia di pratiche commerciali scorrette tra imprese e consumatori: la Direttiva 2005/29, che regola la materia in ambito comunitario, è infatti stata recepita dal legislatore nei decreti legislativi n. 145 e n. 146 del 2 agosto 2007.

Le due normative sostituiscono e integrano la precedente disciplina in materia di pubblicità ingannevole del Codice del consumo (artt. 18-27 del D. Lgs. 203/05).

Il legislatore italiano si è trovato di fronte all'esigenza di varare due distinti decreti legislativi – seppur basati sulla medesima delega accordata dalla legge comunitaria – per non generare confusione tra i diversi destinatari delle disposizioni.

per ulteriori informazioni  
<http://praticheleali.sviluppoeconomico.gov.it>

La nuova disciplina allarga il campo delle condotte sanzionabili, amplia le competenze dell'Antitrust e inasprisce le sanzioni amministrative, offrendo così una maggiore tutela per i consumatori e premiando le imprese virtuose. L'obiettivo è quello di garantire una più efficace regolamentazione del mercato a salvaguardia della concorrenza. Il recepimento della Direttiva nell'ordinamento interno va valutato in relazione alla strategia comunitaria di politica consumeristica nell'ambito delle disposizioni atte a realizzare il corretto funzionamento del mercato interno. In una parola: promuovere la concorrenza, di cui il consumatore è il beneficiario finale. L'inserimento della nuova disciplina nel Codice del consumo italiano mette al riparo da eventuali travisamenti interpretativi: partendo dal riconoscimento della posizione svantaggiata del consumatore nei confronti della parte professionale, la normativa ne definisce i diritti e le forme di tutela all'interno del sistema regolato dal Codice. Il recepimento della Direttiva rappresenta un passo avanti sia per la regolazione dei rapporti tra professionisti sia per quelli tra professionisti e consumatori. La nuova normativa inquadra la pubblicità ingannevole nell'ambito delle pratiche commerciali scorrette con riferimento ai soli rapporti tra professionisti e consumatori, mentre la precedente disciplina rimane in vigore unicamente per i rapporti tra professionisti.

Le disposizioni di carattere tecnico sono state recepite senza sostanziali modifiche rispetto al testo comunitario: in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra professionisti e consumatori, infat-

consumatori



La nuova disciplina allarga il campo delle condotte sanzionabili, amplia le competenze dell'Antitrust e inasprisce le sanzioni amministrative

ti, la Direttiva prevede un livello di armonizzazione massimo. Nel testo del decreto legislativo, pertanto, i primi 10 articoli della Direttiva sono stati recepiti pressoché interamente negli articoli compresi tra il numero 18 e il 26 del Codice del consumo novellato.

Il legislatore italiano ha provveduto ad apportare modifiche terminologiche per adeguare il testo della nuova normativa all'ordinamento giuridico interno. Un esempio è la sostituzione del termine "pratiche commerciali sleali" con quello di "pratiche commerciali scorrette", al fine di evitare riferimenti alle norme codicistiche sulla concorrenza sleale.

Come anticipato, la disciplina si applica (ex art. 19 del Codice del consumo novellato) ai rapporti tra professionista e consumatore nei casi in cui quest'ultimo sia influenzato nelle proprie scelte da una pratica commerciale scorretta avente un'incidenza sulle sue decisioni. Dalla disciplina restano pertanto esclusi i rapporti fra imprese.

La scorrettezza della pratica commerciale si ravvisa ad esempio quando a essere viziata è la libera scelta in caso di acquisto di un prodotto o la decisione di esercitare o meno un diritto contrattuale.

La controparte del professionista, su cui si misura la pratica commerciale scorretta, è il consumatore medio, come definito dalla Corte di giustizia europea: vale a dire "consumatore normalmente informato e ragionevolmente accorto". In sostanza non rilevano le caratteristiche socio-economiche e psicologiche del singolo, ma quelle della generalità dei soggetti a cui il consumatore appartiene, in relazione alla pratica commerciale esercitata nei suoi confronti.

Tale riferimento, mutuato dalla direttiva comunitaria, costituisce una novità rispetto alle direttive comunitarie precedenti in materia di protezione dei consumatori e ha destato non poche perplessità. Il timore era che un simile parametro potesse indebolire la protezione dei consumatori, sino a oggi massima, nell'ambito delle strategie comunitarie di politica consumeristica. Il rischio paventato era che in ultima istanza potessero rimanere esclusi dalla tutela i consumatori meno informati o di livello culturale più basso.

Si tratta per la verità di un criterio che ammette delle eccezioni quando la pratica commerciale riguarda un gruppo particolare (ad

**I rapporti commerciali tra consumatori e professionisti**

**Il consumatore "medio"**



esempio gli anziani o i bambini). In questo caso il punto di riferimento diviene il membro medio di tale gruppo.

A precisazione ulteriore, è stato ribadito in più occasioni dagli organi comunitari che il carattere medio deve riferirsi al consumatore tipico di una determinata categoria e non già alla media dei consumatori. Quindi l'individuazione va fatta, a seconda delle circostanze, tenendo conto di determinate caratteristiche quali l'età, lo stato di salute, il livello culturale, ecc.

### **Le pratiche scorrette**

La disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette si fonda interamente su una clausola generale di divieto prevista dall'art. 20 del nuovo Codice del consumo. Sono considerate scorrette le pratiche commerciali:

- contrarie alla diligenza professionale;
- in grado di falsare in misura rilevante il comportamento economico del consumatore medio.

Nel primo caso si fa riferimento alla competenza e attenzione che il consumatore si aspetta dal professionista in relazione ai principi di correttezza e buona fede nel settore di attività.

Il secondo criterio serve per valutare la potenzialità del comportamento del professionista di alterare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio.

Ove ricorrano entrambe dette condizioni, la pratica commerciale è qualificata senz'altro come scorretta: non è necessario che sia anche considerata ingannevole o aggressiva nei termini indicati dalla normativa, né che rientri nell'ambito della "lista nera" dei comportamenti vietati (vedi successivamente).

### **Le pratiche ingannevoli**

La normativa precisa i criteri per individuare, nella categoria delle pratiche ingannevoli, le azioni ingannevoli (ex art. 21 del Codice del consumo novellato), le omissioni ingannevoli (ex art. 22) e le pratiche aggressive (ex artt. 24 e 25).

In particolare, si considerano ingannevoli le azioni di carattere commerciale in grado di far assumere al consumatore una decisione che altrimenti non avrebbe assunto o che possano indurlo in errore con riferimento a determinati aspetti del prodotto (caratteristiche, prezzo, qualità, qualifiche dell'operatore, diritti esistenti, assistenza post-vendita, ecc.).

Oltre alle pratiche attive, il Codice disciplina anche le omissioni d'informazioni ritenute rilevanti per la descrizione del prodotto (art. 22, comma 4). Tali informazioni sono considerate rilevanti nel momento dell'invito all'acquisto e non anche nella pubblicità o in altre comunicazioni commerciali o nel marketing. Sempre che in questi casi non siano rilevate violazioni di altre norme comunitarie o di diritto interno.

### **Le pratiche aggressive**

Il consumatore sarà poi da considerarsi vittima di una pratica commerciale aggressiva quando sia limitata la sua capacità di assumere una decisione consapevole. Tale è il caso in cui sia indotto a pren-



dere una decisione che altrimenti non avrebbe preso da una controparte che sfrutta una posizione di vantaggio, di forza o di potere anche con il ricorso a molestie, coercizione o indebito condizionamento. Il ricorso alla forza fisica non è elemento imprescindibile perché si ravvisi una pratica aggressiva.

Sia per le pratiche commerciali ingannevoli (ex art. 23), sia per le pratiche commerciali aggressive (ex art. 26) è previsto un elenco dei comportamenti da considerarsi in ogni caso vietati. Ad esempio, i sistemi piramidali di vendita; le forniture non richieste di servizi telefonici o finanziari ovvero l'utilizzazione della pubblicità-escata (quando il prodotto pubblicizzato a un buon prezzo è disponibile per quantità limitate); ovvero l'utilizzazione di finte interviste diffuse dai media (pubblicità redazionale). Si tratta di una lista chiusa e inderogabile, che può essere modificata solo tramite revisione della Direttiva.

### La lista nera dei comportamenti vietati

La vigilanza sull'applicazione della norma spetta (ex art. 27) all'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Antitrust) che può agire anche d'ufficio: in tema di repressione di pratiche commerciali scorrette, del resto, il Garante agisce col supporto di una ricca giurisprudenza, nonché di indagini e approfondimenti effettuati nel campo della pubblicità ingannevole e delle comunicazioni commerciali in generale.

### Vigilanza e sanzioni

Viene mantenuto l'impianto sanzionatorio, già previsto dal Codice del consumo in materia di pubblicità ingannevole, con un aumento considerevole dei limiti massimi.

È prevista la possibilità, per le associazioni e le organizzazioni imprenditoriali e professionali, di adottare su base volontaria dei codici di condotta per regolare i rapporti con i consumatori in determinati settori di attività (ex art. 27-bis). Questi ordinamenti interni possono altresì prevedere degli strumenti di conciliazione da esperire prima del ricorso all'autorità. Rimedi che saranno vincolanti per gli aderenti (ex art. 27-ter).

### I codici di condotta

L'art. 17 della direttiva 2005/29/CE regola infine le modalità per informare il pubblico sull'esistenza dei codici (ex art. 27-quater del Codice del consumo) e sulle iniziative adottate dal Ministero dello Sviluppo economico in materia.

La nuova disciplina non si limita ai messaggi di pubblicità ingannevole o di pubblicità comparativa illecita: il campo di applicazione si estende a qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale, ivi compresi la pubblicità e il marketing, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto o servizio ai consumatori. Sarà quindi sanzionabile ogni comportamento che ostacoli una decisione consapevole da parte del consumatore, indipendentemente dall'aver causato un danno.

### Ambiti applicativi

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato



## AZIONE COLLETTIVA RISARCITORIA (1)

# Aumenta la tutela a difesa dei consumatori

di UMBERTO TROIANI

## La “class action”

Con la nuova legge finanziaria, (Legge n. 244/2007), è stata introdotta nell'ordinamento giuridico italiano la cosiddetta “class action”. L'art. 2, ai commi 445-449, reca infatti la disciplina dell'azione collettiva risarcitoria a tutela dei consumatori con l'introduzione nel Codice del consumo (D. Lgs. n. 206 del 2005) dell'articolo 144-bis. La nuova disposizione va a integrare la parte V sulle associazioni dei consumatori e l'accesso alla giustizia, collocandosi tra l'esercizio dell'azione inibitoria (ex art. 140) e la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo (ex art. 141).

per ulteriori informazioni  
[umberto.troiani@sviluppoeconomico.gov.it](mailto:umberto.troiani@sviluppoeconomico.gov.it)

La stessa legge finanziaria, all'art. 2, comma 447, prevede che le suddette disposizioni diventino efficaci decorsi 180 giorni dalla data di entrata in vigore della legge, quindi a partire da giugno 2008.

## Uno strumento innovativo

L'azione collettiva per ottenere il diritto al risarcimento rappresenta uno strumento innovativo per l'ordinamento italiano. L'azione è un meccanismo processuale che consente di estendere il risarcimento a più soggetti di una medesima categoria, cui sia stato riconosciuto un danno per effetto di un comportamento plurioffensivo. I soggetti in questione devono attivarsi congiuntamente attraverso le associazioni dei consumatori riconosciute a livello nazionale, ovvero attraverso le associazioni e i comitati adeguatamente rappresentativi degli interessi collettivi fatti valere.

Per la prima volta sono così approntate forme di tutela collettiva di natura risarcitoria. Fino a oggi la tutela collettiva era limitata ad azioni di natura preventiva, come l'esercizio dell'azione inibitoria (ex art. 140 del Codice del consumo).

## Un nuovo equilibrio

La nuova disciplina interviene quindi a colmare una lacuna. Gli strumenti processuali sinora a disposizione del consumatore erano infatti da considerarsi insufficienti per l'asimmetria di posizione del singolo consumatore nei confronti della controparte e per la sproporzione tra l'esiguità del danno subito dal consumatore come singolo, le eventuali spese processuali e la lunghezza delle procedure giudiziarie. Per tali motivi il consumatore nella maggior parte dei casi si trovava costretto a non avviare o a non proseguire le azioni ricorrendo come singolo alle vie giudiziarie ordinarie.

Con l'intervento normativo in materia di «azione collettiva» riparat-



ria e risarcitoria, il legislatore ha inteso conferire al singolo consumatore la forza dell'intero gruppo di soggetti portatori di un medesimo interesse e ha voluto rispondere alle esigenze di economia processuale riunendo in un solo giudizio più controversie, evitando così la possibilità di pronunce diverse, a vantaggio di una più efficace amministrazione della giustizia.

La nuova disciplina in materia di azione risarcitoria collettiva prevede un procedimento basato su due fasi.

**Prima fase.** I soggetti legittimati si rivolgono al tribunale e chiedono che venga dichiarato il diritto dei consumatori e degli utenti al risarcimento del danno connesso a comportamenti plurioffensivi. Il giudice, ove accogla la domanda, determina i criteri in base ai quali liquidare la somma da corrispondere o da restituire ai singoli consumatori che hanno aderito all'azione collettiva o che sono intervenuti nel giudizio. Inoltre, se possibile, determina la somma minima da corrispondere a ciascuno. Nei 60 giorni successivi alla notificazione della sentenza, l'impresa può proporre il pagamento di una somma a ciascun avente diritto. La proposta in qualsiasi forma accettata dal consumatore costituisce titolo esecutivo per ottenere l'ammontare dovuto ed esaurisce il procedimento.

**Seconda fase.** Ha luogo se l'impresa non comunica la proposta entro i 60 giorni previsti o non vi è stata accettazione da parte del consumatore. In tali casi il presidente del tribunale costituisce una camera di conciliazione per determinare le somme da corrispondere o da restituire ai consumatori che hanno aderito o sono intervenuti all'azione collettiva e che ne fanno domanda. La camera di conciliazione ha lo scopo di definire i modi e i termini e di quantificare l'ammontare da corrispondere ai singoli consumatori o utenti. Il verbale di conciliazione costituisce titolo esecutivo. In alternativa, se le parti sono d'accordo, la determinazione del quantum da risarcire ai singoli consumatori è effettuata da uno degli organismi di conciliazione operante presso il Comune in cui ha sede il tribunale, iscritto in apposito elenco del Ministero della Giustizia, ai sensi di quanto previsto dalla disciplina del nuovo diritto societario (articoli 38, 39 e 40 del D. Lgs. 17 gennaio 2003, n. 5). Questa ipotesi alternativa offre l'indubbio vantaggio di una ulteriore semplificazione della procedura di quantificazione, escludendo l'obbligatorietà di ricorrere al patrocinio di un avvocato. Alla sentenza di condanna e all'accertamento della qualità di creditore, consegue il diritto del singolo consumatore e utente di chiedere al giudice l'emissione di un decreto ingiuntivo di pagamento nei confronti del debitore.

## Un'azione in due tempi

consumatori





Codice del consumo:

## CHE COSA DICE L'ARTICOLO 144 BIS

**1.** Le associazioni di cui al comma 1 dell'articolo 139 e gli altri soggetti di cui al comma 2 del presente articolo sono legittimati ad agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti richiedendo al tribunale del luogo in cui ha sede l'impresa l'accertamento del diritto al risarcimento del danno e alla restituzione delle somme spettanti ai singoli consumatori o utenti nell'ambito di rapporti giuridici relativi a contratti stipulati ai sensi dell'articolo 1342 del codice civile, ovvero in conseguenza di atti illeciti extracontrattuali, di pratiche commerciali scorrette o di comportamenti anticoncorrenziali, quando sono lesi i diritti di una pluralità di consumatori o di utenti.

**2.** Sono legittimati ad agire ai sensi del comma 1 anche associazioni e comitati che sono adeguatamente rappresentativi degli interessi collettivi fatti valere. I consumatori o utenti che intendono avvalersi della tutela prevista dal presente articolo devono comunicare per iscritto al proponente la propria adesione all'azione collettiva. L'adesione può essere comunicata, anche nel giudizio di appello, fino all'udienza di precisazione delle conclusioni. Nel giudizio promosso ai sensi del comma 1 è sempre ammesso l'intervento dei singoli consumatori o utenti per proporre domande aventi il medesimo oggetto. L'esercizio dell'azione collettiva di cui al comma 1 o, se successiva, l'adesione all'azione collettiva, produce gli effetti interruttivi della prescrizione ai sensi dell'articolo 2945 del codice civile.

**3.** Alla prima udienza il tribunale, sentite le parti, e assunte quando occorre sommarie informazioni, pronuncia sull'ammissibilità della domanda, con ordinanza reclamabile davanti alla corte di appello, che pronuncia in camera di consiglio. La domanda è dichiarata inammissibile quando è manifestamente infondata, quando sussiste un conflitto di interessi, ovvero quando il giudice non ravvisa l'esistenza di un interesse collettivo suscettibile di adeguata tutela ai sensi del presente articolo. Il giudice può differire la pronuncia sull'ammissibilità della domanda quando sul medesimo oggetto è in corso un'istruttoria davanti ad un'autorità indipendente. Se ritiene ammissibile la domanda il giudice dispone, a cura di chi ha proposto l'azione collettiva, che venga data idonea pubblicità dei contenuti dell'azione proposta e dà i provvedimenti per la prosecuzione del giudizio.

**4.** Se accoglie la domanda, il giudice determina i criteri in base ai quali liquidare la somma

da corrispondere o da restituire ai singoli consumatori o utenti che hanno aderito all'azione collettiva o che sono intervenuti nel giudizio. Se possibile allo stato degli atti, il giudice determina la somma minima da corrispondere a ciascun consumatore o utente. Nei sessanta giorni successivi alla notificazione della sentenza, l'impresa propone il pagamento di una somma, con atto sottoscritto, comunicato a ciascun avente diritto e depositato in cancelleria. La proposta in qualsiasi forma accettata dal consumatore o utente costituisce titolo esecutivo.

**5.** La sentenza che definisce il giudizio promosso ai sensi del comma 1 fa stato anche nei confronti dei consumatori ed utenti che hanno aderito all'azione collettiva. È fatta salva l'azione individuale dei consumatori o utenti che non aderiscono all'azione collettiva, o non intervengono nel giudizio promosso ai sensi del comma 1.

**6.** Se l'impresa non comunica la proposta entro il termine di cui al comma 4 o non vi è stata accettazione nel termine di sessanta giorni dalla comunicazione della stessa, il presidente del tribunale competente ai sensi del comma 1 costituisce un'unica camera di conciliazione per la determinazione delle somme da corrispondere o da restituire ai consumatori o utenti che hanno aderito all'azione collettiva o sono intervenuti ai sensi del comma 2 e che ne fanno domanda. La camera di conciliazione è composta da un avvocato indicato dai soggetti che hanno proposto l'azione collettiva e da un avvocato indicato dall'impresa convenuta ed è presieduta da un avvocato nominato dal presidente del tribunale tra gli iscritti all'albo speciale per le giurisdizioni superiori. La camera di conciliazione quantifica, con verbale sottoscritto dal presidente, i modi, i termini e l'ammontare da corrispondere ai singoli consumatori o utenti. Il verbale di conciliazione costituisce titolo esecutivo. In alternativa, su concorde richiesta del promotore dell'azione collettiva e dell'impresa convenuta, il presidente del tribunale dispone che la composizione non contenziosa abbia luogo presso uno degli organismi di conciliazione di cui all'art. 38 del decreto legislativo 17 gennaio 2003, n. 5, e successive modificazioni, operante presso il comune in cui ha sede il tribunale. Si applicano, in quanto compatibili, le disposizioni degli articoli 39 e 40 del citato decreto legislativo 17 gennaio 2003, n. 5, e successive modificazioni.



## AZIONE COLLETTIVA RISARCITORIA (2)

# Una panoramica della situazione europea

di GIANFRANCO NITTI

Si chiama azione collettiva e nel Vecchio Continente ha fatto capolino solo negli ultimi anni: si tratta in sostanza dell'opportunità per più individui, che si ritengano danneggiati, di costituirsi parte civile contro una stessa azienda. Prima del 1998 non esisteva alcun provvedimento comunitario a disciplina dell'azione collettiva, sebbene questo strumento fosse presente in Olanda e Portogallo già dai primi anni 90. Nel 2000 è stata la volta della Gran Bretagna, seguita nel 2001 da Svezia e Spagna. Il 2007 è l'anno di Francia e Italia.

per ulteriori informazioni  
[gianfranco.nitti@sviluppoeconomico.gov.it](mailto:gianfranco.nitti@sviluppoeconomico.gov.it)

La direttiva n. 98/27/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19-5-98, relativa a provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori, individua i soggetti autorizzati ad agire: ad esempio le associazioni dei consumatori o le autorità pubbliche indipendenti, che intervengono per conto di una collettività al fine di ottenere un risarcimento per un medesimo comportamento dannoso.

## La legge europea

Alcuni ordinamenti nazionali hanno approvato norme che si rifanno al contenuto della disciplina comunitaria: fra questi l'Italia (legge 281/98), l'Olanda, dove il legislatore è intervenuto nel 1994, il Portogallo (1995), la Spagna (2001) e la Svezia (2002).

In altri paesi, come Francia, Germania, Gran Bretagna, Austria, Finlandia e Danimarca, la materia è disciplinata con disposizioni più dettagliate.

**Francia.** La legge risale al 1992. In particolare si autorizzano le associazioni dei consumatori – che ne abbiano ricevuto mandato – ad agire in nome di molteplici utenti danneggiati da un medesimo comportamento (*action en representation conjointe* del Codice di consumo).

Un recente progetto di legge prevede una variante rispetto alle norme vigenti negli altri Stati: una volta ottenuto il *placet* dall'autorità giudiziaria sulla proponibilità dell'azione collettiva, ciascuno può agire autonomamente in giudizio chiedendo di far valere la decisione di principio ottenuta dall'associazione rappresentativa.

**Germania.** Dal 2005 sono in vigore più tutele anche per i risparmiatori tedeschi: la legge sulle clausole contrattuali nel mercato finanziario, la *Kapitalanleger-Musterverfahrensgesetz (KapMuG)*, intro-

## Le leggi nazionali

CONSUMATORI



duce forme di risarcimento per danni subiti dal risparmiatore per inesatte, ingannevoli, omesse informazioni o comunicazione sui mercati dei capitali e sul rispetto delle normative relative alle offerte d'acquisto e alla vendita di azioni. Trasparenza che si richiede nella compilazione dei prospetti informativi, dei bilanci di esercizio e dei bilanci consolidati, delle relazioni assembleari e di qualsiasi altra comunicazione che possa avere indotto il risparmiatore a una infondata attesa di guadagno. La legge tedesca dispone che il "principio di diritto" sancito nella sentenza possa essere di riferimento per altre cause. Si tratta per il momento di una disposizione sperimentale: entro cinque anni dall'adozione ne sarà verificata l'efficacia e, in caso di esito positivo, la normativa sarà estesa ad altri comparti. In caso contrario la legge cesserà di produrre effetto dal 1° novembre 2010.

**Gran Bretagna.** Il *legal Aid* risale agli anni a cavallo tra il 1980 e il 1990 e prevede in sostanza che i costi dell'azione legale di tipo collettivo siano a carico della finanza pubblica. Una simile norma ha incentivato la promozione di una miriade di azioni collettive, non sempre supportate da valide motivazioni.

Risale al 2000 il *Group Litigation Order*, un'ordinanza che regola la trattazione di cause comuni o connesse di fatto o di diritto. Nell'ordinanza vengono identificate le questioni che rendono comuni tali cause, viene istituito un registro in cui saranno iscritte quelle procedibili, e viene indicato il giudice che le tratterà. Il magistrato può altresì fissare la data entro la quale le cause devono essere iscritte nel registro e disporre quali abbiano valore di *test claims*. Tutte le ordinanze e le sentenze pronunciate su questioni comuni nel corso di una causa iscritta nel registro sono vincolanti anche per le parti delle altre cause iscritte e, nella misura stabilita dal giudice, varranno per le parti delle cause iscritte successivamente. Non si tratta di una *class action*, bensì di un meccanismo flessibile che consente la trattazione congiunta di una pluralità di cause simili: determinate questioni di fatto o di diritto comuni a più cause vengono trattate una sola volta, con effetto vincolante anche per le altre parti. I benefici, in termini di economia processuale, sono evidenti.

**Austria.** La Suprema Corte austriaca ha ammesso, nel luglio 2005, la legittimità della prassi adottata dalle associazioni di consumatori di raccogliere le istanze di più soggetti danneggiati e di promuovere l'azione contro uno stesso convenuto. Le istanze devono però essere sufficientemente simili in fatto e in diritto.

**Finlandia e Danimarca.** La procedura introdotta in Finlandia è tra le più recenti in Europa. In vigore dal 1° ottobre 2007, prevede che l'Ombudsman del Consumatore possa proporre un caso al Consiglio per i Reclami dei Consumatori per ottenere una raccomandazione rivolta al fornitore di prodotti o servizi. Nel caso che tale raccomandazione non venga accolta, l'Ombudsman può avviare un'azione collettiva risarcitoria. La procedura non ha costi e non si applica al settore degli investimenti. I cittadini danesi



potranno invece promuovere un'azione di gruppo dal 1° gennaio 2008.

L'esperienza europea non finisce qui. La tutela degli interessi collettivi sta portando anche altri paesi all'introduzione di istituti ormai conosciuti sotto il nome di «azioni di gruppo» o «azioni o procedimenti rappresentativi».

Chi voglia approfondire la materia, può consultare un utile documento del BEUC\*, l'organizzazione europea che rappresenta le nazionali associazioni di consumatori.

<http://www.beuc.eu/Content/Default.asp?PageID=1518>

In assenza di una disciplina comunitaria in materia di cause collettive risarcitorie, nasce l'esigenza d'individuare principi comuni per lo sviluppo di un modello di riferimento, in grado di mettere insieme gli aspetti migliori delle varie esperienze nazionali. È questo lo spirito del progetto, tuttora in fase di consultazione, promosso dalla commissaria europea alla tutela dei consumatori, Meglena Kuneva, per la creazione di uno strumento di risarcimento collettivo. Il modello intorno al quale si starebbe orientando Bruxelles prende il nome di *Collective Redress* e segna un punto di forte rottura con il modello di *class action system* (tipico di Australia, Canada e Stati Uniti), il quale permette di estendere automaticamente le tutele riconosciute al primo soggetto (*lead plaintiff*) a tutti gli appartenenti alla medesima categoria. Secondo il sistema allo studio della Commissione, invece, il risarcimento è riconosciuto solo a favore di chi ricorre in giudizio: chiunque può farlo, qualora ritenga di aver subito un danno.

La Commissione ha di fronte a sé due strade: incoraggiare la creazione del *Collective Redress* in tutti i 27 Stati o piuttosto attendere i risultati dello studio sui punti di forza e le debolezze dei sistemi adottati in alcuni stati membri europei. La verifica è prevista per il prossimo agosto.

**Verso una legge comunitaria**

consumatori



## STRUMENTI DI MISURA

# Organismi notificati: la direttiva 2004/22/CE

di ALFREDO CAPOROSSÌ

Con il D. Lgs. 2 febbraio 2007, n. 22, è stato disposto che il Ministero dello Sviluppo economico designi, con apposito provvedimento, gli organismi nazionali notificati (di seguito ON) per espletare i compiti relativi ai moduli di valutazione della conformità, tabella 1. La norma, conosciuta tra gli addetti ai lavori come MID (*Measuring Instruments Directive*), recepisce il contenuto della Direttiva 2004/22/CE ed è destinata ai fabbricanti che vogliono ottenere l'apposizione del marchio CE sui dispositivi e sui sistemi con

per ulteriori informazioni  
[alfredo.caporossi@sviluppoeconomico.gov.it](mailto:alfredo.caporossi@sviluppoeconomico.gov.it)

funzioni di misura definiti agli allegati specifici, tabella 2. Gli aspetti salienti della legge riguardano le modalità di designazione degli ON e le procedure per la valutazione di conformità. Il primo aspetto è contenuto nell'art. 9 del decreto legislativo che individua il Ministero dello Sviluppo economico quale amministrazione competente per il riconoscimento degli organismi notificati. Tale riconoscimento è effettuato nel rispetto dei criteri definiti nell'articolo 9 della MID e secondo le modalità riportate nell'allegato II della stessa. Il secondo aspetto riguarda la procedura di conformità. L'organismo richiedente deve indicare i moduli di valutazione per i quali chiede la notifica e che serviranno poi al fabbricante per ottenere la conformità di uno strumento di misura ai requisiti essenziali, definiti dall'articolo 4 della MID.

## I riferimenti normativi

Per la definizione degli aspetti istruttori, e per meglio chiarire alcune disposizioni del decreto, si deve fare riferimento alla Circolare 32228 del 22 ottobre 2007 del Ministero dello Sviluppo economico – ex Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori – e alla Direttiva 19 dicembre 2002 del Ministero delle Attività produttive (Documentazione da produrre per l'autorizzazione degli organismi alla certificazione CE). In particolare, i documenti richiesti per l'autorizzazione riguardano sia la “certificazione di prodotto”, sia quella dei “sistemi di qualità aziendali” previsti dalle direttive comunitarie di armonizzazione tecnica, tra cui la già citata Direttiva 2004/22/CE.

Una volta ricevuta l'istanza di riconoscimento dall'organismo, il Ministero avvia la procedura di valutazione dei requisiti.

ALFREDO



La MID richiede che l'organismo non sia progettista, fabbricante, fornitore, installatore o utilizzatore degli strumenti di misura che deve valutare, ne loro mandatari.

L'organismo interessato al riconoscimento presenta la richiesta, sottoscritta dal legale rappresentante in originale bollato, al Mse (Direzione Generale per la concorrenza e i consumatori – Ufficio D3 strumenti di misura – Via A. Bosio, 15 – 00161 Roma).

**La procedura per il riconoscimento degli organismi notificati**

L'istanza deve contenere l'esplicita indicazione dei moduli di valutazione della conformità di cui all'art. 7 della MID e del tipo di strumenti di misura per i quali si chiede la notifica.

**La documentazione da produrre**

| <b>TABELLA 1</b> | <b>Moduli di valutazione della conformità necessari agli Organismi Nazionali Notificati per espletare i propri compiti (Artt. 7 e 9 D. Lgs. 22/07)</b>             |
|------------------|--|
| <b>A</b>         | Dichiarazione di conformità basata sul controllo di produzione interno   |
| <b>A1</b>        | Dichiarazione di conformità basata sul controllo di produzione interno e sulle prove del prodotto realizzate da un organismo notificato                            |
| <b>B+D</b>       | B Esame del tipo: D. Dichiarazione di conformità al tipo basata sulla garanzia di qualità del processo di produzione   |
| <b>B+E</b>       | B Esame del tipo: E. Dichiarazione di conformità al tipo basata sulla garanzia di qualità del processo dell'ispezione e delle prove effettuate sul prodotto finale |
| <b>B+F</b>       | B Esame del tipo: F. Dichiarazione di conformità al tipo basata sulla verifica del prodotto  |
| <b>C</b>         | Dichiarazione di conformità al tipo basata sul controllo di produzione interno   |
| <b>C1</b>        | Dichiarazione di conformità al tipo basata sul controllo di produzione interno e sulle prove del prodotto realizzate da un organismo notificato                    |
| <b>D1</b>        | Dichiarazione di conformità basata sulla garanzia di qualità del processo di produzione  |
| <b>E1</b>        | Dichiarazione di conformità basata sulla garanzia di qualità delle ispezioni e delle prove effettuate sul prodotto finale  |
| <b>F1</b>        | Dichiarazione di conformità basata sulla verifica del prodotto   |
| <b>G</b>         | Dichiarazione di conformità basata sulla verifica di un unico prodotto   |
| <b>H</b>         | Dichiarazione di conformità basata sulla garanzia di qualità totale  |
| <b>H1</b>        | Dichiarazione di conformità basata sulla garanzia di qualità totale e sull'esame del progetto  |

Alla richiesta deve essere allegata la seguente documentazione, prevista nell'allegato II:

1. per i soggetti di diritto privato, il certificato di iscrizione alla Camera di commercio, industria e artigianato (possibilmente



| TABELLA 2       | <b>Allegati specifici necessari al fabbricante per la scelta delle possibili valutazioni della conformità di uno strumento di misura ai requisiti essenziali (Art. 7 D. Lgs. 22/07)</b> |   |
|-----------------|---|---|
| Allegato MI-001 | Contatori dell'acqua  |   |
| Allegato MI-002 | Contatori del gas e dispositivi di conversione del volume   |   |
| Allegato MI-003 | Contatori di energia elettrica attiva   |   |
| Allegato MI-004 | Contatori di calore   |   |
| Allegato MI-005 | Sistemi di misura per la misurazione continua e dinamica di quantità di liquidi diversi dall'acqua  |   |
| Allegato MI-006 | Strumenti per pesare a funzionamento automatico   | Sistemi meccanici<br>Sistemi elettromeccanici<br>Sistemi elettronici o i sistemi contenenti software  |
| Allegato MI-007 | Tassametri  |   |
| Allegato MI-008 | Misure materializzate   | Misure materializzate di lunghezza<br>Misure di capacità<br>Strumenti meccanici o elettromeccanici<br>Strumenti elettronici o gli strumenti contenenti software |
| Allegato MI-009 | Strumenti di misura della dimensione  |   |
| Allegato MI-010 | Analizzatori di gas di scarico  |   |

quello storico) da cui risulti l'esercizio di attività nell'ambito della notifica richiesta;

2. dichiarazione che l'organismo è in grado di effettuare tutti i compiti di valutazione della conformità richiesti, indipendentemente dal fatto che tali compiti siano realizzati dall'organismo medesimo o per conto e sotto la responsabilità di quest'ultimo;
3. elenco del personale, con relative qualifiche titoli e mansioni;
4. polizza assicurativa per la responsabilità civile con massimale non inferiore a € 3.000.000,00 per i rischi derivanti dall'esercizio di attività di procedure di accertamento della conformità;
5. eventuali certificati di accreditamento a norma della serie EN 45000.

### I requisiti di compatibilità

Il decreto (ex art. 9 comma 2) sancisce i requisiti di compatibilità che i soggetti dell'organismo richiedente devono rispettare.

La MID richiede, tra le altre cose, che l'organismo non sia progettista, fabbricante, fornitore, installatore o utilizzatore degli strumenti di misura che deve valutare, né loro mandatario. Si richiede inoltre che i soggetti in questione non abbiano preso parte alla commercializzazione e manutenzione degli strumenti in oggetto (ex art. 9, comma 2, lettera 'a'). L'organismo è tenuto a offrire pertanto garanzia di autonomia rispetto al fabbricante, fornitore, installatore o utilizzatore degli strumenti di misura: in sostanza dovrà dar prova di essere al riparo da ogni influenza sul giudizio di valutazione di conformità. A tal fine si richiede garanzia che non sussistano conflitti d'interesse nella partecipazione proprietaria e direzionale rispetto ai soggetti summenzionati. È inoltre vietato che la retribuzione dell'organismo, del suo direttore e del personale coinvolto sia correlata al numero dei compiti di valutazione di



conformità e ai risultati conseguiti (ex art. 9, comma 2, lettera 'b'). Le garanzie di autonomia e di mancanza di conflitto di interesse devono essere comprovate da una ulteriore dichiarazione sostitutiva di atto notorio da parte di ciascuno dei soggetti indicati. Tale dichiarazione può essere inserita in una delle due dichiarazioni sostitutive richieste dalla Circolare del Ministero.

Il richiedente dovrà produrre tutta la documentazione – certa e verificabile – necessaria ad accertare il rispetto dei requisiti richiesti.

Con Decreto 29 agosto 2007 “vigilanza sul mercato degli strumenti di misura di cui all’articolo 14 del del decreto legislativo 2 febbraio 2007, n. 22. che attua la direttiva 2004/22/CE.” il Ministero dello Sviluppo economico ha incaricato le Camere di commercio industria, artigianato e agricoltura di svolgere la vigilanza sul mercato ai sensi dell’art.14 della MID.

L’attività di vigilanza si esplica anche mediante l’accesso ai luoghi di fabbricazione, immagazzinamento e commercializzazione degli strumenti e tramite il loro prelievo per l’esecuzione delle prove.

**La vigilanza  
sul mercato**

mercato





## I NUOVI DECRETI MINISTERIALI

# I chiarimenti sui tachigrafi digitali

di ALFREDO CAPOROSSÌ

Il Ministero è intervenuto a inizio anno per chiarire le modalità operative dell'applicazione dei decreti ministeriali in tema di tachigrafi digitali. L'obbligatorietà dell'installazione sugli automezzi pesanti dei tachigrafi digitali è stabilita dall'art. 179 del codice della strada per consentire la registrazione delle velocità, dei tempi di lavoro e dei percorsi.

per ulteriori informazioni  
[alfredo.caporossi@sviluppoeconomico.gov.it](mailto:alfredo.caporossi@sviluppoeconomico.gov.it)

Le normative di riferimento sono i decreti ministeriali (D.M.) 10 agosto 2007 e 11 marzo 2005, il Regolamento (CEE) n. 3821/85 e le successive modificazioni e integrazioni. La Circolare n. 1/2008/DGVNT del Ministero dello Sviluppo economico si è resa necessaria per chiarire alcuni aspetti del D.M. 10 agosto 2007 e ricordarne le disposizioni con quelle contenute nelle altre disposizioni citate. Il D.M. 10 agosto 2007 indicava, in particolare, le modalità per il rilascio delle omologazioni dell'apparecchio di controllo delle carte tachigrafiche, nonché le autorizzazioni per le operazioni di primo montaggio e intervento tecnico. Ma al momento dell'entrata in vigore, sono emersi profili problematici di applicazione che il Ministero ha inteso chiarire proprio con la Circolare approvata a inizio anno per consentire l'applicazione del decreto in modo completo e organico. Nelle more dell'emanazione dei provvedimenti attuativi, come previsto dal D.M. 10 agosto 2007, la Circolare assicurerà inoltre ai centri tecnici le più ampie possibilità operative.

Il provvedimento consente pertanto di definire gli aspetti istruttori per il rilascio delle autorizzazioni ai centri tecnici e contiene istruzioni operative per la gestione dei seguenti aspetti:

- certificazione del sistema di gestione della qualità in sede di primo rilascio dell'autorizzazione;
- procedure di rinnovo dell'autorizzazione;
- applicazione della norma transitoria sulla formazione dei tecnici;
- sorveglianza da parte delle CCIAA sui centri tecnici.

**Istruzioni operative per la gestione dei procedimenti amministrativi** — **Primo rilascio dell'autorizzazione.** Per semplificare e accelerare l'iter autorizzatorio e consentire l'adempimento degli obblighi previsti dal nuovo decreto, le condizioni fissate dal precedente (art. 6, comma 4) possono ritenersi soddisfatte qualora "il centro tecnico, all'atto della richiesta dell'autorizzazione, fornisca copia della



domanda di richiesta di certificazione di un sistema di gestione della qualità”. La Circolare sancisce inoltre che il centro tecnico sia in possesso della suddetta certificazione entro 120 giorni dalla data del rilascio dell’autorizzazione e provveda a inviarne copia alla Camera di commercio competente e al Ministero. Ciò vale anche per le domande già presentate sulla base del D.M. 11 marzo 2005.

**Rinnovo dell’autorizzazione.** Prima della scadenza dell’autorizzazione, che ha validità annuale, tutti i centri tecnici dovranno presentare alla Camera di commercio competente l’apposita domanda di rinnovo. Alla domanda va allegata l’attestazione di pagamento del diritto di segreteria stabilito dal Decreto 29 luglio 2005. La Circolare prevede inoltre che “i soggetti, di cui alle lettere c) e d) dell’art. 4, autorizzati a svolgere interventi tecnici” allegino alla domanda “anche quanto previsto dai commi 4 e 5 dell’art. 7”.

Per assicurare continuità nei procedimenti per il rilascio delle autorizzazioni, lo svolgimento dei corsi di formazione e il rilascio della documentazione che attesti il possesso dei necessari requisiti di conoscenza tecnica potrà continuare a essere espletato secondo le previsioni del D.M. 11 marzo 2005 e successive modifiche e integrazioni. La norma intende dare una disciplina in attesa che sia emanato il provvedimento di cui all’articolo 7, comma 5, del D.M. 10 agosto 2007. La Circolare stabilisce infine che “i documenti attestanti il possesso dei necessari requisiti di conoscenza tecnica, rilasciati ai tecnici ai sensi della normativa previgente, sono considerati validi fino a sei mesi dall’emanazione dei provvedimenti di cui all’articolo 7, comma 5 del D.M. in argomento”.

La sorveglianza sui centri tecnici autorizzati al primo montaggio, all’attivazione e agli interventi tecnici di cui all’articolo 13, sarà effettuata dalle Camere di commercio che verificheranno altresì il corretto utilizzo delle carte tachigrafiche, rilasciate ai centri tecnici ai sensi del D.M. 23 giugno 2005, con particolare riguardo alle attività autorizzate.

O  
r  
i  
e  
n  
t  
a  
t  
o  
r  
i  
e  
t  
à**Transitorietà  
della formazione****La sorveglianza**



## MANIFESTAZIONI A PREMIO

# Le opportunità e le tutele nelle promozioni

di SILVIA PETRUCCI  
e GIUSEPPE NOVELLI

Raccolte punti, offerte “paghi due, prendi tre”, concorsi a premio legati all’acquisto di un prodotto: sono alcuni esempi dell’attività promozionale messa in campo dalle aziende per incrementare la vendita di merci e servizi e favorire la conoscenza di ditte, insegne e marchi presso il pubblico. Le iniziative che ricadono sotto la definizione di “manifestazioni a premio” (disciplinate dal D.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430) sono di due tipi. Quando la premiazione è legata alla sorte o all’abilità dei concorrenti si parla di «concorsi a premio». Nelle «operazioni a premio», invece, la vincita è subordinata ad acquisti o vendite di determinati quantitativi di prodotti o di servizi, e alla produzione delle relative prove d’acquisto (o punti raccolti). Requisito fondamentale delle manifestazioni a premio è la sussistenza di un nesso di natura commerciale tra la promessa dei premi e l’immagine della ditta, del marchio o la promozione di un prodotto.

per ulteriori informazioni  
numero verde 800 300 103  
[m.premioinfo@sviluppoeconomico.gov.it](mailto:m.premioinfo@sviluppoeconomico.gov.it)

**Chi le promuove** Le manifestazioni a premio sono promosse da aziende – o associazioni di aziende – produttrici, fornitrici o distributrici, interessate a promuovere la loro attività. Possono farvi ricorso anche le società straniere che, pur non avendo sede stabile in Italia, si avvalgono di un rappresentante fiscale residente nel territorio dello Stato.

**A chi si rivolgono** Hanno per destinatari i consumatori, i rivenditori, gli intermediari, i concessionari, ma anche i collaboratori e i lavoratori dipendenti che, pur cooperando professionalmente nel processo di vendita, non assumono la veste di alienanti.

**L’oggetto dei premi** In palio possono essere messi beni, servizi, sconti di prezzo e documenti di legittimazione, giocate del lotto o biglietti delle lotterie nazionali. La legge esclude dal novero dei premi: denaro, titoli dei prestiti pubblici e privati, i titoli azionari, le polizze di assicurazione sulla vita, le quote di capitale societario e dei fondi comuni di investimento.

**I limiti di durata** Il termine massimo di durata è, per i concorsi, di un anno e, per le operazioni a premio, di cinque.



## Gli adempimenti

Gli adempimenti a carico delle aziende che intendano avviare una operazione o un concorso a premio dipendono dalla tipologia prescelta e comunque non è prevista alcuna autorizzazione. In entrambi i casi va redatto un regolamento e deve essere comprovata l'esistenza di una cauzione. Solo per i concorsi è richiesta una preventiva comunicazione al Ministero dello Sviluppo economico.

## Le manifestazioni vietate

Il divieto vige:

1. per le manifestazioni che non tutelano la fede pubblica e la parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti (vedere box);
2. qualora non sia possibile individuare un reale scopo promozionale e non sia così rispettato il monopolio statale su giochi e scommesse, in quanto il prezzo del bene o servizio – al cui acquisto è subordinata la partecipazione al concorso – sia superiore al suo valore di mercato;
3. quando la manifestazione rechi turbamento alla concorrenza e al mercato come nel caso in cui, ad esempio, sia offerto un omaggio di valore eccessivo rispetto a quello del prodotto posto in vendita;
4. per le manifestazioni attraverso cui si intende far conoscere o vendere prodotti per i quali la legge vieta la pubblicità o altre forme di comunicazione commerciale. È il caso dei prodotti da fumo, dei prodotti farmaceutici o delle specialità medicinali.

## I controlli

Il controllo sui concorsi e le operazioni a premio è esercitato dal Ministero dello Sviluppo economico, Dipartimento per la regolazione del mercato, Direzione generale per la vigilanza e la normativa tecnica, Ufficio "Manifestazioni a premio" che provvede, d'ufficio o su segnalazione dei soggetti interessati, a rilevare eventuali anomalie o violazioni di altro tipo, comunque contemplate dalla normativa.

## Le sanzioni

Per le manifestazioni a premio svolte senza rispettare gli adempimenti e le garanzie previste dalla normativa sono previsti specifici provvedimenti regolati dal DPR 430/2001 e dalla legge 689/81 in tema di illeciti amministrativi.

Il primo passo per l'avvio del procedimento è la notifica al soggetto promotore della presunta violazione. La segnalazione viene effettuata con qualsiasi modalità che renda certa la data del ricevimento, ad esempio raccomandata A. R. o telegramma. Viene assegnato all'autore del presunto illecito il termine di 15 giorni, decorrenti dal ricevimento dell'atto ministeriale, per produrre le proprie controdeduzioni. Se non provvede e il Ministero ravvisa la sussistenza di violazioni, viene emanato un provvedimento di imme-

Le tipologie escluse

## I GIOCHI TV TRA LE ECCEZIONI

Sono escluse le manifestazioni:

- svolte nella forma del gioco-spettacolo trasmesse da emittenti radiotelevisive, purché siano limitate ai soli spettatori presenti in studio, sempre che non abbiano come fine specifico la promozione di prodotti o servizi di imprese diverse dall'emittente. Per le radio si considerano presenti anche gli ascoltatori che intervengono attraverso collegamento a distanza;
- quelle con premi di minimo valore quali lapis, calendari ecc.;
- quelle con premi a favore di enti o istituzioni di carattere pubblico o con fini sociali o benefici;
- le iniziative letterarie, artistiche o scientifiche nelle quali il conferimento del premio all'autore ha carattere di corrispettivo di prestazione d'opera o costituisce il riconoscimento del merito personale o un titolo di incoraggiamento nell'interesse della collettività;
- le operazioni il cui premio è rappresentato da sconti sul prezzo di prodotti e servizi dello stesso genere di quelli acquistati o da sconti su prodotti o servizi di genere diverso rispetto a quello acquistato. Oggetto del premio possono essere quantità aggiuntive del prodotto in promozione (come le offerte "3 per 2"), ma non di prodotti di genere diverso.



## Che cosa dice la legge PER PREVENIRE LE TRUFFE

Nonostante l'accuratezza dell'opera di sorveglianza sulle manifestazioni a premio svolta dal Ministero dello Sviluppo economico, alcune iniziative di questo tipo che non rispettino in tutto o in parte la normativa vigente possono sfuggire a provvedimenti inibitori di tipo preventivo, ma l'attività di controllo del Ministero si svolge per tutta la loro durata, con possibilità di intervenire in ogni momento. A tal proposito sono stati, recentemente, individuati alcuni particolari concorsi che venivano effettuati in violazione delle disposizioni del DPR n. 430 del 2001.

Tali iniziative, indette per promuovere la commercializzazione di suonerie e loghi per telefoni cellulari attraverso il sistema delle utenze a sovrapprezzo realizzate tramite i numeri telefonici 899 e similari, venivano attuate con l'espedito di una voce registrata che prometteva premi a chi avesse risposto correttamente ad alcune facili domande poste nel corso di un quiz televisivo. La semplicità dei quesiti proposti induceva i telespettatori a telefonare, spesso ripetutamente, ignari che la loro partecipazione al concorso era, di fatto, fittizia.

Accertata l'irregolarità delle iniziative, il Ministero ha dapprima diffidato i promotori a non proseguirne lo svolgimento, emanando poi i provvedimenti di immediata cessazione delle manifestazioni, provvedendo quindi a sanzionarne la messa in atto.

Per la natura delle irregolarità riscontrate il Ministero ha, inoltre, ritenuto di dover coinvolgere, per quanto di rispettiva competenza, la Guardia di Finanza, la Polizia postale, l'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Fatta salva la specifica attività di controllo che l'ordinamento riserva al Ministero dello Sviluppo economico al quale ci si può sempre rivolgere, chi ritenesse di essere incappato in inconvenienti analoghi potrà indirizzarsi anche ad altri organi di controllo che provvederanno ad attivare in tal senso il Mse.

Per evitare le truffe, occorre comunque la massima accortezza anche da parte dei consumatori, per i quali il campanello d'allarme deve suonare di fronte a quei prodotti e servizi messi in vendita con modalità poco trasparenti o all'offerta di partecipazione a giochi, a cui, di fatto, non è possibile accedere, pur pagando il costo della telefonata. Esiste del resto un esplicito divieto per le manifestazioni che si svolgono in violazione dei principi di tutela della fede pubblica e di parità di trattamento. Esempio ne sono proprio le iniziative concorsuali analoghe a quella descritta, nelle quali di fatto il promotore o terzi scelgono preventivamente chi sarà il vincitore, al solo scopo di lucrare illegalmente sull'iniziativa, rendendo fittizia la partecipazione.

mercato

diata cessazione della manifestazione, contro il quale è ammesso ricorso.

Contestualmente il Ministero provvede a instaurare il procedimento sanzionatorio amministrativo dando applicazione all'art. 8, comma 2, del Regolamento che rinvia alle sanzioni di cui all'art. 124, comma 1, del regio decreto legge 19 ottobre 1938, n. 1933 convertito, con modificazioni, dalla legge 5 giugno 1939, n. 973, come sostituito dall'art. 19, comma 5, lettera c), della legge 27 dicembre 1997, n. 449. La sanzione irrogata non è mai inferiore a



2.582,28 euro ed è graduata da una a tre volte l'ammontare dell'IVA.

In caso di concorsi che si svolgono senza previa comunicazione o in difformità ai suoi dettami, si applicano le sanzioni di cui all'art. 124, commi 2 e 3, del citato regio decreto legge n. 1933 del 1938. Oltre alla sanzione principale è prevista una sanzione accessoria consistente nella pubblicazione a mezzo stampa, a spese dell'autore dell'illecito, della disposizione inibitoria adottata dal Ministero al quale è riservata la scelta del mezzo più adeguato allo scopo, come uno o più quotidiani a diffusione nazionale, oppure una determinata stampa periodica, ovvero altri mezzi di informazione. Nella scelta si terrà conto del principio di proporzionalità, in relazione alla gravità della violazione, al principio di equivalenza dei mezzi di informazione, nonché al livello di diffusione della manifestazione.

Per segnalazioni o informazioni l'Ufficio "Manifestazioni a premio" ha attivato il numero verde 800 300 103 (attivo il lunedì, mercoledì e venerdì dalle 9,30 alle 12,30). In alternativa si possono richiedere informazioni e chiarimenti sulla normativa delle manifestazioni a premio, o su specifiche promozioni in corso di svolgimento, all'indirizzo di posta elettronica [m.premioinfo@sviluppoeconomico.gov.it](mailto:m.premioinfo@sviluppoeconomico.gov.it).

**Il numero verde**

mercato



## SICUREZZA PRODOTTI

# Il caso Mattel e gli altri interventi del 2007

di ANTONELLA D'ALESSANDRO

Giocattoli, lampade, condizionatori, ventilatori e piccoli elettrodomestici sono solo alcuni esempi di prodotti ritirati dal mercato. E poi il caso dei giocattoli ritirati la scorsa estate dalla multinazionale americana Mattel, seppure il più clamoroso, è solo uno degli interventi che hanno impegnato la Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori (Ufficio D4) del Mse nel corso del 2007 in tema di vigilanza sulla sicurezza dei prodotti.

Nei primi otto mesi del 2007, infatti, tra ritiri dal mercato, divieti di commercializzazione e divieti di

per ulteriori informazioni  
[http://www.sviluppoeconomico.gov.it/pdf\\_upload/documenti/phpFN6TU7.pdf](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/pdf_upload/documenti/phpFN6TU7.pdf)

immissione di prodotti importati, la Direzione ha adottato circa 50 provvedimenti restrittivi su merci pericolose. L'elenco dei prodotti oggetto di provvedimenti amministrativi è consultabile sul sito web [http://www.sviluppoeconomico.gov.it/organigramma/documento.php?id=4084&sezione=organigramma&gruppo=&tema\\_dir=tema2](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/organigramma/documento.php?id=4084&sezione=organigramma&gruppo=&tema_dir=tema2) (in seguito cliccare su File allegato: phpXrZcIA.pdf).

Dell'intera attività svolta dalle autorità impegnate in Italia, il Ministero dello Sviluppo economico ha redatto un rapporto dettagliato. Negli allegati si dà inoltre conto degli esiti delle azioni intraprese dalle autorità di controllo coinvolte e di tutta l'attività svolta.

## Il caso Mattel

Il caso Mattel è scoppiato la scorsa estate per iniziativa dalla stessa casa madre americana che, a cominciare dal mese di agosto, ha ritirato dal mercato mondiale milioni di giocattoli, in alcuni casi presenti anche in Europa. Il coinvolgimento dei governi europei è avvenuto attraverso il Rapex, il sistema comunitario di scambio rapido delle informazioni. Grazie a questo database gli Stati membri e la Commissione sono in grado di confrontarsi sulle misure di sicurezza adottate quando risultano in circolazione prodotti di consumo che presentano un rischio grave per la salute e la sicurezza dei consumatori, a esclusione di farmaci e alimentari.

## I cinque richiami

**Primo richiamo.** Lo scorso 2 agosto l'Italia aveva potuto tirare un sospiro di sollievo: nessuna delle 83 tipologie di giocattoli fabbricati in Cina e ritirati dalla Mattel, per un totale di circa 20 milioni di pezzi, risultava commercializzato nella Penisola. Il rischio chimico ravvisato nei giocattoli, tutti a marchio Fisher-Price, era legato alla presenza di vernici ad elevato livello di piombo.



Nei primi otto mesi del 2007 sono stati adottati circa 50 provvedimenti restrittivi su merci pericolose tra ritiri dal mercato, divieti di vendita e importazione

L'attività del Ministero

## 2006-2007: AUMENTANO LE NOTIFICHE

**Secondo richiamo.** Le cattive notizie per il Vecchio Continente e per l'Italia arrivavano però a pochi giorni di distanza dal primo richiamo. Con il secondo, infatti, la multinazionale statunitense ritirava dal mercato 70 tipologie di giocattoli, di cui due a rischio chimico e ben 68 a rischio meccanico. Nel primo caso i pericoli per la salute erano gli stessi rilevati per i giochi oggetti del primo richiamo. I restanti 68 presentavano invece il pericolo di ingestione di calamite. I giocattoli in questione risultavano presenti in Italia. Questa volta interviene il Rapex, di cui la Dgamtc rappresenta il punto di contatto per l'Italia.

**Terzo richiamo.** Il 5 settembre arrivava un'altra doccia fredda per l'Europa e per l'Italia: sette degli 11 giochi ritirati dalla Mattel nella terza *tranche* di intervento risultavano venduti anche nella Penisola. Otto tipi di accessori Barbie e tre giocattoli Fisher-Price contenevano infatti tracce della pericolosa vernice al piombo.

**Quarto richiamo.** In data 25 ottobre 2007 viene effettuato un quarto richiamo da parte della casa madre americana Mattel. Il prodotto interessato risulta essere a marchio Fisher-Price. Per esso sono state utilizzate vernici non conformi contenenti livelli di piombo superiori alla norma. Il giocattolo non è stato commercializzato in Italia.

**Quinto richiamo.** In data 6 novembre 2007 viene effettuato un quinto richiamo. Anche questo prodotto risulta essere a marchio Fisher-Price; il rischio è il distacco di piccole parti che, se accidentalmente ingerite, possono provocare il soffocamento. Il giocattolo è stato commercializzato in Italia con il nome "La Casa".

### Le azioni promosse dal Ministero dello Sviluppo economico

Per ciascuno dei cinque richiami della Mattel, la Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori ha provveduto ad allertare le autorità di controllo nazionali per verificare la presenza sul territorio italiano delle tipologie di giocattoli ritirati dal commercio.

**I controlli sui prodotti del primo richiamo.** Dopo aver convocato la Mattel Italy, la Dgamtc ha dato incarico al Nucleo Speciale tutela mercati della Guardia di Finanza per un primo controllo, mettendo in cantiere un secondo a ridosso delle festività natalizie. Le

Nel 2006 la Commissione Europea aveva invitato l'Italia a intensificare la partecipazione al Sistema di allerta comunitario (Rapex). Il richiamo di Bruxelles riguardava le *performance* italiane sull'alimentazione del sistema (appena 6 notifiche nel 2006). I punti di seguito elencati dimostrano i risultati ottenuti dal rafforzamento dei controlli nel 2007, nonché la volontà di migliorare le procedure in ambito nazionale delle autorità preposte al monitoraggio del mercato.

Le segnalazioni effettuate risultano 75, così suddivise:

- 47 notifiche inviate alla Ue per rischio grave;
- 4 notifiche per rischio grave in attesa di validazione della notifica da parte degli Uffici della Commissione;
- 8 notifiche inviate, ma trasformate in reazioni da parte della Commissione in quanto già notificate da altri Stati membri;
- 16 notifiche per prodotti a rischio non grave e immesse nel circuito a soli fini di informazione. Si ricorda peraltro che a partire dal 4 dicembre 2006 la Guardia di Finanza e l'Agenzia delle Dogane hanno ottenuto postazioni





*segue da pagina precedente*

di accesso al sistema e possono pertanto consultare contemporaneamente le informazioni caricate nel database. Questo consente al Ministero di contare maggiormente sulla loro collaborazione, a prescindere dagli *input* dell'Ufficio responsabile della gestione del circuito. I primi risultati sono già pervenuti e hanno permesso di verificare la veridicità delle dichiarazioni di produttori e importatori sulla presenza o meno dei prodotti segnalati sul mercato nazionale.

Fiamme Gialle hanno svolto indagini a campione per verificare l'effettiva assenza sul territorio nazionale delle 83 tipologie pericolose segnalate. Il Nucleo Speciale ha passato al setaccio tutti i canali di vendita. Le indagini si sono poi estese su prodotti simili a marchio Mattel "made in China" e sono proseguite a opera dei NAS sia su giocattoli di marca Mattel che su giocattoli "made in China" contenenti piombo (alla data del 31.01.2008 non risultano sequestri).

**I controlli sui prodotti del secondo richiamo.** Questa volta le ispezioni del Nucleo Speciale tutela mercati delle Fiamme Gialle, su mandato della Dgamtc, si sono concentrate sull'unico magazzino di stoccaggio presente in Italia. A metà agosto arrivavano i primi risultati: la Gdf sequestrava oltre 90.000 pezzi, prelevando altresì campioni di prodotti con codice diverso da quelli richiamati per sottoporli ad analisi di laboratorio.

E intanto la Dgamtc diffondeva i dati forniti dalla Mattel Italy: nel territorio italiano risultavano essere presenti oltre 28.600 prodotti contenenti un elevato livello di piombo e 464.637 giocattoli difettosi. A fine agosto arrivavano anche i riscontri dei NAS: circa 500 i pezzi sequestrati in varie località d'Italia.

Al 31.01.2008 risultano 11.142 sequestri penali e 22.586 sequestri amministrativi.

**I controlli sui prodotti del terzo richiamo.** Al terzo ritiro dal mercato di giocattoli pericolosi da parte della casa madre Mattel è seguito il sequestro da parte del Nucleo Polizia Tributaria di Novara della Gdf di 180 giocattoli. In questa fase la Dgamtc ha convocato il Gruppo di lavoro "Sicurezza dei prodotti" coinvolgendo anche il Consiglio nazionale dei consumatori e utenti per discutere del caso. Di comune accordo si è giunti all'individuazione di un campione di punti vendita di 3-4 città italiane distribuite su tutto il territorio nazionale, da passare al setaccio per verificare l'effettivo ritiro da parte della Mattel dei prodotti dichiarati non sicuri (al 31.01.2008 risultano 130 sequestri penali e 694 sequestri amministrativi).

**I controlli sui prodotti del quarto richiamo.** Sono state attivate l'Agenzia delle Dogane, la Guardia di Finanza - Nucleo Speciale tutela mercati - il Ministero della Salute e i NAS per effettuare dei controlli a campione sul mercato nazionale, al fine di verificare la presenza o meno del prodotto richiamato (al 31.01.2008 non risultano sequestri).

**I controlli sui prodotti del quinto richiamo.** Attivate le autorità nazionali come per i precedenti richiami, sono stati presi contatti con la Mattel Italy, che aveva già ritirato dal commercio circa 200 pezzi (al 31.01.2008 non risultano sequestri).

### **Recepimento decisione accendini**

Il 27 agosto scorso è stato pubblicato in G.U. il decreto 10 agosto 2007, a firma del ministro dello Sviluppo economico, d'intesa con il ministro dell'Economia e delle Finanze, che attua la decisione 2006/502/CE dell'11 maggio 2006. Tale pronuncia "prescrive agli



Stati membri di adottare provvedimenti per assicurare che siano immessi sul mercato esclusivamente accendini a prova di bambino e di proibire la commercializzazione di accendini di fantasia”.

Il divieto a produttori e importatori di immettere sul mercato italiano i prodotti in questione vige già dall'11 marzo 2007; mentre quello sulla commercializzazione avrà efficacia a partire dall'11 marzo 2008. Sono già in corso contatti con la Guardia di Finanza per mettere a punto un progetto comune di monitoraggio dell'osservanza del divieto di commercializzazione imposto con la Decisione.

La collaborazione tra Ministero e Guardia di Finanza è stata ulteriormente potenziata con la stipula, nell'aprile 2007, di una convenzione con la quale il Mse ha disposto l'utilizzo di un milione e mezzo di euro per l'attività di prevenzione e controllo.

Nel maggio 2007 è stato definito tra il Mse e la Gdf un manuale operativo che fornisce al personale delle Fiamme Gialle istruzioni per la sorveglianza del mercato.

Con la Guardia di Finanza sono stati altresì definiti progetti operativi, dei quali alcuni avviati già dal 2005. In particolare si ricordano:

- il progetto IGLOO sul settore del condizionamento degli ambienti, che ha portato al sequestro di oltre 3.000 pezzi;
- il progetto GALILEO sul settore dell'occhialeria da sole;
- il progetto GIO.CO.SI. sul tema dei giocattoli. Sul settore la Gdf si è particolarmente impegnata sin dagli inizi della collaborazione con il Mse. Nel 2006 risultano sequestrati circa 700.000 giocattoli non sicuri e circa 14 milioni di giocattoli non sicuri e contraffatti. Nel primo semestre 2007 risultano sequestrati oltre un milione di giocattoli non sicuri e circa cinque milioni di giocattoli non sicuri e contraffatti;
- il progetto LUCE GIALLA sul settore dell'illuminazione, che ha comportato l'individuazione e l'eliminazione dal mercato di prodotti elettrici di illuminazione contraffatti e/o non sicuri per circa 35.000 pezzi;
- il progetto EOLO (luglio 2007) su ventilatori e condizionatori a uso domestico per la verifica dei prodotti in termini di sicurezza. Il controllo sui ventilatori ha determinato l'adozione di tre provvedimenti di ritiro dal mercato e del contestuale divieto di commercializzazione. Lo stesso progetto EOLO ha come obiettivo la sorveglianza sulla distribuzione di frigoriferi etichettati come appartenenti alla classe energetica A+. Le indagini tecniche sui condizionatori e sulla correttezza della posizione di targhetta energetica sono in corso di definizione;
- il Progetto NATALE SICURO, in collaborazione con l'Agenzia delle Dogane e l'Istituto Superiore di Sanità, per un controllo intensificato dei giocattoli nel periodo natalizio (al 31.01.2008 su 59 giocattoli analizzati 25 sono risultati non conformi e 34 conformi).

La totalità delle azioni intraprese per tutti i progetti sopra elencati ha portato a individuare 252 operatori economici non in regio-

## Programmi di prevenzione e controllo





la con gli obblighi di legge in fase di produzione, importazione e distribuzione.

**Progetto  
collaborazione  
con l'Agenzia  
delle Dogane**

Per facilitare la comunicazione tra Ministero dello Sviluppo economico e Agenzia delle Dogane e rafforzare la loro collaborazione nella lotta ai prodotti non sicuri, è stato studiato un nuovo prototipo di scheda di segnalazione telematica di prodotti importati. Nel 2008 se ne attuerà l'applicazione in via sperimentale, per rendere le procedure di sdoganamento più veloci, ma non a detrimento dell'efficacia dei controlli.

Su indicazioni del Mse, l'Agenzia delle Dogane ha predisposto un foglio elettronico di segnalazione dei prodotti importati che destano sospetti di non conformità. Qualora gli elementi istruttori contenuti nella scheda permettano di individuare l'operatore economico, il prodotto e la normativa cui soggiace, si potrà avviare in tempi rapidi un procedimento che porterà al blocco del carico merce in importazione qualora venissero confermati in sede di istruttoria i dubbi di pericolosità.

PRODOTTO

# Per saperne di più: i testi integrali dei documenti

Questa sezione contiene il decreto del Presidente della Repubblica sulla riorganizzazione del Ministero dello Sviluppo economico;  
i due decreti legislativi relativi alla pubblicità ingannevole e alle modifiche al Codice del consumo;  
i commi della Finanziaria che istituiscono la figura del Garante per la sorveglianza dei prezzi; le fonti utilizzate dall'Osservatorio Prezzi per le sue rilevazioni; il rapporto sull'attività per la sicurezza dei prodotti svolta nel biennio 2006-2007





IL DPR 225 DEL 14 NOVEMBRE 2007

# Ministero dello Sviluppo economico la nuova organizzazione

DECRETO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA: Regolamento recante riorganizzazione del Ministero dello sviluppo economico, a norma dell'articolo 1, comma 404, della legge 27 dicembre 2006, n. 296.

Consiglio dei Ministri: 30/10/2007  
Proponenti: Sviluppo Economico  
30 Ottobre 2007

**VISTO** l'articolo 87 della Costituzione;

**VISTO** il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 300, e successive modificazioni, e in particolare gli articoli 27, 28 e 29;

**VISTO** il decreto-legge 18 maggio 2006, n. 181, convertito, con modificazioni, dalla legge 17 luglio 2006, n. 233, ed in particolare l'articolo 1, comma 23;

**VISTO** l'articolo 2, comma 98, del decreto-legge 3 ottobre 2006, n. 262, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 novembre 2006, n. 286;

**VISTA** la legge 27 dicembre 2006, n. 296 (legge finanziaria 2007), ed in particolare l'articolo 1, comma 404;

**VISTO** il decreto legislativo 3 luglio 2003, n. 173, relativo alla riorganizzazione del Ministero dell'economia e delle finanze e delle agenzie fiscali a norma dell'art. 1 della legge 6 luglio 2002, n. 137, ed in particolare l'articolo 2, comma 1, lettera c);

**VISTO** il decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, e successive modificazioni, recante "Codice dell'amministrazione digitale";

**VISTO** il decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, e successive modificazioni;

**VISTO** l'articolo 17, comma 4-bis, della legge 23 agosto 1988, n. 400, e successive modificazioni;



**VISTO** il decreto del Presidente della Repubblica 26 marzo 2001, n. 175, e successive modificazioni, recante regolamento di organizzazione del Ministero delle attività produttive;

**VISTO** il decreto del Presidente della Repubblica 20 febbraio 1998, n. 38, recante le attribuzioni dei Dipartimenti del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica, nonché disposizioni in materia di organizzazione e di personale;

**VISTO** il decreto del Presidente della Repubblica 28 aprile 1998, n. 154, e successive modificazioni, recante norme sull'articolazione organizzativa e le dotazioni organiche dei dipartimenti del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica, ed in particolare l'articolo 3, relativo al Dipartimento per le politiche di sviluppo e di coesione;

**VISTO** il decreto del Presidente della Repubblica 30 novembre 1998, n. 453, recante ulteriori norme sull'organizzazione ed il funzionamento del nucleo tecnico di valutazione e verifica degli investimenti pubblici presso il Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica;

**VISTO** il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri in data 20 ottobre 2005, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 284 del 6 novembre 2005, concernente la rideterminazione delle dotazioni organiche del personale appartenente alle qualifiche dirigenziali, alle aree funzionali ed alle posizioni economiche del Ministero delle attività produttive;

**TENUTO CONTO** della ricognizione, effettuata ai sensi dell'articolo 1, comma 10, del citato decreto-legge n. 181 del 2006, delle strutture trasferite al Ministero del commercio internazionale ed alla Presidenza del Consiglio dei Ministri, nonché delle strutture trasferite al Ministero dello sviluppo economico dal Ministero dell'economia e delle finanze;

**VISTO** il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 13 aprile 2007, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 152 del 3 luglio 2007, recante linee guida per l'attuazione delle disposizioni contenute nell'articolo 1, commi da 404 a 416 della legge 27 dicembre 2006, n. 296;

**VISTO** il decreto del Presidente della Repubblica 20 settembre 2007, n. 187, recante regolamento di organizzazione degli uffici di diretta collaborazione del Ministro dello sviluppo economico;

**SENTITE** le organizzazioni sindacali;

**VISTA** la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 4 maggio 2007;

**UDITO** il parere del Consiglio di Stato, espresso dalla sezione consultiva per gli atti normativi nell'adunanza del 27 agosto 2007;





**ACQUISITI** i pareri delle competenti commissioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica;

**VISTA** la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 30 ottobre 2007;

**SULLA PROPOSTA** del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro per le riforme e le innovazioni nella pubblica amministrazione e con il Ministro dell'economia e delle finanze;

**EMANA** il seguente regolamento:

**Art. 1**  
**Organizzazione**

**1.** Il Ministero dello sviluppo economico, di seguito denominato: "Ministero", si articola nei tre dipartimenti di cui all'articolo 2.

**Art. 2**  
**Dipartimenti**

**1.** Il Ministero svolge le funzioni e i compiti di spettanza statale di cui agli articoli 27 e 28 del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 300, e successive modificazioni, e si articola nei seguenti dipartimenti:

- a) Dipartimento per la competitività;
- b) Dipartimento per la regolazione del mercato;
- c) Dipartimento per le politiche di sviluppo e coesione.

**2.** I Dipartimenti di cui al comma 1 assicurano l'esercizio organico coordinato ed integrato delle funzioni del Ministero. Ad essi sono attribuiti i compiti finali concernenti le rispettive aree di competenza e i relativi compiti strumentali, ivi compresi quelli di indirizzo e coordinamento delle unità di gestione in cui si articolano i Dipartimenti stessi, quelli di organizzazione e quelli di gestione delle risorse strumentali, finanziarie ed umane ad essi attribuite. Per la gestione delle risorse strumentali, finanziarie ed umane sono adottate soluzioni finalizzate ad evitare duplicazioni organizzative ed a favorire la gestione unitaria del personale e dei servizi comuni anche mediante strumenti di innovazione amministrativa e tecnologica.

**3.** È istituita la Conferenza permanente dei Capi dei Dipartimenti del Ministero, di seguito denominata: "Conferenza". La Conferenza svolge funzioni di coordinamento generale sulle questioni comuni alle attività di più Dipartimenti, può formulare proposte al Ministro per l'emanazione di indirizzi e direttive per assicurare il raccordo operativo tra Dipartimenti ed elabora linee e strategie generali in materia di gestione delle risorse umane, di coordinamento delle attività informatiche e di informazione istituzionale, nonché in materia di strumenti di gestione unitaria del personale e dei servizi comuni ed affari generali attribuiti in gestione unificata alla Direzione generale di cui all'articolo 12 ed in materia di coordinamento operativo delle attività ispettive e di controllo attribuito alla Direzione generale di cui all'articolo 10.



- 1.** Al Dipartimento per la competitività è attribuita la funzione di promozione e sviluppo della competitività del sistema produttivo nazionale, con particolare riferimento alle azioni di sostegno ed incentivazione alle attività imprenditoriali, alle politiche di approvvigionamento energetico ed alla promozione delle piccole e medie imprese e degli enti cooperativi.
- 2.** Il Dipartimento per la competitività è articolato nei seguenti uffici di livello dirigenziale generale:
  - a)** Direzione generale per la politica industriale;
  - b)** Direzione generale per il sostegno alle attività imprenditoriali;
  - c)** Direzione generale per l'energia e le risorse minerarie;
  - d)** Direzione generale per le piccole e medie imprese e gli enti cooperativi.
- 3.** Per le specifiche esigenze di consulenza, studio e ricerca nelle materie di competenza, è assegnato al Dipartimento un posto di funzione di livello dirigenziale generale per l'esercizio dei relativi compiti. Costituiscono inoltre articolazione del Dipartimento tre uffici di livello dirigenziale non generale.

### **Art. 3** Direzioni generali del Dipartimento per la competitività

- 1.** La Direzione generale per la politica industriale si articola in 18 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero, anche con riferimento alle specificità delle politiche settoriali, nei seguenti ambiti:
  - a)** politiche per lo sviluppo della competitività del sistema produttivo nazionale, anche attraverso la definizione e progettazione di programmi strategici di rilievo nazionale volti al rafforzamento strutturale del sistema produttivo e al potenziamento delle capacità innovative;
  - b)** politiche di supporto alla competitività delle grandi imprese nei settori strategici;
  - c)** collaborazione tra soggetti pubblici e privati nella realizzazione di iniziative di interesse nazionale, nei settori di competenza;
  - d)** politiche per i distretti industriali e sistemi di piccole e medie imprese;
  - e)** politiche di reindustrializzazione e riconversione delle aree e dei settori industriali colpite da crisi;
  - f)** politiche di sviluppo di reti nazionali ed internazionali nei settori produttivi;
  - g)** politica industriale relativa alla partecipazione italiana al Patto atlantico e l'Unione europea e agli altri organismi internazionali;
  - h)** collaborazione industriale internazionale nei settori aero-spaziali e della difesa, congiuntamente agli altri Ministeri interessati, e relativi interventi di sostegno;
  - i)** politiche di sviluppo per l'innovazione tecnologica nei settori produttivi e per la promozione e lo sviluppo del commercio elettronico;
  - l)** azioni per la creazione di nuove imprese innovative e per lo sviluppo di nuovi strumenti di sostegno alla finanza d'impresa;
  - m)** partecipazione ai procedimenti di definizione delle migliori tecno-

### **Art. 4** Direzione generale per la politica industriale







logie disponibili per i settori produttivi di competenza del Ministero;

**n)** rapporti e comunicazione istituzionale con organismi internazionali e comunitari e con le regioni e gli enti locali in materia di politiche di sviluppo industriale, ivi inclusi i relativi aiuti;

**o)** attività di regolazione delle crisi aziendali, promozione di misure per la prevenzione dell'insolvenza e gestione delle procedure concorsuali conservative delle grandi imprese commerciali insolventi;

**p)** attività di gestione del fondo per il salvataggio e la ristrutturazione delle imprese in crisi;

**q)** politiche per il sostegno e la promozione delle attività di produzione del made in Italy, in coordinamento con le competenti direzioni generali del Ministero del commercio internazionale e, per quanto attiene i prodotti agroalimentari, del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, nonché supporto tecnico all'attività dell'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione;

**r)** attività connessa al funzionamento del Punto di contatto nazionale di cui all'articolo 39 della legge 12 dicembre 2002, n. 273;

**s)** promozione e aggiudicazione di servizi di assistenza tecnica in tema di sviluppo economico alle amministrazioni pubbliche dei Paesi in via di adesione all'Unione europea e di altri Paesi di interesse per la politica di sviluppo nazionale, in coordinamento con le competenti direzioni generali del Ministero del commercio internazionale;

**t)** promozione e assistenza per interventi in Paesi terzi di interesse per la politica di competitività nazionale;

**u)** attività di monitoraggio sull'andamento dei settori produttivi;

**v)** attività di coordinamento con le società e gli istituti operanti in materia di promozione industriale e vigilanza sull'Istituto per la promozione industriale (IPI), nonché direttive, vigilanza e controllo sulle attività effettuate da organismi pubblici e privati sulla base di convenzioni o di norme nella materia di competenza della Direzione generale;

**z)** vigilanza sulle stazioni sperimentali dell'industria e sul Banco nazionale di prova delle armi da fuoco portatili;

**aa)** trattazione per i profili di competenza delle problematiche connesse alle produzioni industriali nel settore alimentare e relativa attività di vigilanza e controllo sull'Istituto nazionale per le conserve alimentari (INCA);

**bb)** attività inerenti il Sistema di notifica elettronica interattiva degli aiuti di Stato.

**2.** Presso la Direzione generale per la politica industriale opera il Nucleo degli esperti di politica industriale, di cui all'articolo 3 della legge 11 maggio 1999, n. 140.

**Art. 5**  
 Direzione generale  
 per il sostegno  
 alle attività  
 imprenditoriali

**1.** La Direzione generale per il sostegno alle attività imprenditoriali si articola in 19 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:

**a)** gestione degli strumenti di sostegno alle imprese volti al superamento di squilibri di sviluppo economico territoriale e all'accresci-



mento della competitività;

**b)** gestione, per la parte di competenza del Ministero, degli strumenti di incentivazione per l'innovazione, per la ricerca applicata e le alte tecnologie e gestione dei relativi interventi;

**c)** attività inerenti agli strumenti della programmazione negoziata denominati contratti di programma, ivi compresi i contratti di localizzazione, patti territoriali, contratti d'area e contratti di distretto;

**d)** gestione delle agevolazioni per favorire la nascita di nuove imprese e per il sostegno alla finanza di impresa;

**e)** gestione dei restanti strumenti di incentivazione alle imprese di competenza del Ministero;

**f)** partecipazione per quanto di competenza agli accordi di programma quadro e raccordo con gli interventi degli enti territoriali, rispondenti alle stesse finalità;

**g)** valutazione degli effetti sul sistema delle imprese degli interventi di agevolazione assunti in sede di Unione europea, nazionale e regionale; relativi interventi di coordinamento e di applicazione e proposte di eventuali correttivi in raccordo con le altre Direzioni generali;

**h)** elaborazione dei dati e delle informazioni relative alle funzioni di incentivazione alle imprese conferite alle regioni e relativo monitoraggio;

**i)** direttive, vigilanza e controllo sulle attività di gestione di interventi agevolativi e di sostegno alle imprese, rientranti nelle competenze della Direzione generale, affidati a soggetti pubblici e privati sulla base di norme o convenzioni;

**l)** attività concernenti il controllo, il monitoraggio e le verifiche di misure di aiuto alle imprese affidate al Ministero in relazione a interventi di competenza di altre amministrazioni;

**m)** iniziative per la promozione, il coordinamento e l'accelerazione degli interventi di agevolazione alle imprese oggetto di finanziamento o cofinanziamento da parte dell'Unione europea;

**n)** azioni di raccordo con le amministrazioni statali, le regioni e gli altri soggetti che gestiscono aiuti di Stato per la promozione e il coordinamento degli interventi di agevolazione alle imprese;

**o)** coordinamento per la ricognizione e la raccolta dei dati sulla spesa relativi ai regimi di aiuto di Stato nell'ambito del Quadro di valutazione annuale degli aiuti di Stato dell'Unione Europea;

**p)** altre azioni a sostegno delle attività produttive.

**2.** I compiti di cui al comma 1, lettere h), l) ed o), nonché quelli di cui all'articolo 16, comma 1, lettere b) ed e), all'articolo 17, comma 1, lettere d), e) ed f), ed all'articolo 18, comma 5, sono svolti in raccordo con il Sistema di monitoraggio degli investimenti pubblici (MIP), di cui all'articolo 1, comma 5, della legge 17 maggio 1999, n. 144.

**1.** La Direzione generale per l'energia e le risorse minerarie si articola in 24 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:

**a)** definizione degli obiettivi e delle linee di politica energetica e mine-

**Art. 6**  
**Direzione generale  
per l'energia e le  
risorse minerarie**



raria nazionale, e provvedimenti ad essa inerenti;

**b)** rapporti con le organizzazioni internazionali e rapporti comunitari nel settore dell'energia, recepimento e attuazione dei programmi e delle direttive sul mercato unico europeo dell'energia;

**c)** liberalizzazione dei mercati dell'energia e promozione della concorrenza, tutela dell'economicità e della sicurezza nella produzione e conversione dell'energia, definizione di indirizzi e priorità per la sicurezza dell'approvvigionamento energetico e minerario;

**d)** indirizzi e priorità, per la programmazione, lo sviluppo e la gestione delle reti nazionali di trasporto dell'energia e determinazioni in materia di esportazione, importazione e vendita dell'energia;

**e)** indirizzi e direttive alle società di gestione delle reti nazionali di trasmissione e trasporto, di gestione del mercato, all'acquirente unico, alla società di gestione degli impianti nucleari e rapporti con le imprese concessionarie di servizi pubblici nei settori dell'energia elettrica e del gas;

**f)** promozione e sviluppo delle fonti rinnovabili e dei combustibili alternativi, promozione di progetti pilota e determinazione degli obiettivi e dei programmi nazionali per l'uso razionale dell'energia, anche in collaborazione con le competenti Direzioni generali del Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare;

**g)** partecipazione ai programmi energetici per lo sviluppo sostenibile e la riduzione delle emissioni di gas con effetto serra; promozione di programmi nazionali di educazione e informazione sull'energia, la sua produzione e usi efficienti;

**h)** autorizzazione alla costruzione ed esercizio di infrastrutture energetiche nazionali, d'intesa con la regione interessata e nel rispetto del decreto legislativo 18 febbraio 2005, n. 59, e determinazioni in materia di deroga al principio di accesso dei terzi nell'accesso alle infrastrutture energetiche;

**i)** promozione di intese con le regioni e le amministrazioni locali per assicurare su tutto il territorio nazionale i livelli essenziali delle prestazioni concernenti l'energia nonché in materia di sviluppo dei servizi energetici locali e, anche in collaborazione con le competenti Direzioni generali del Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, di risparmio energetico e fonti rinnovabili;

**l)** strategie di ricerca, sviluppo tecnologico e promozione dell'innovazione e competitività nei settori dell'energia e delle risorse minerarie;

**m)** ricerca e coltivazione di idrocarburi, di intesa con le regioni interessate;

**n)** normativa tecnica per gli impianti di produzione, trasporto, stoccaggio e distribuzione dell'energia, per la sicurezza mineraria, escluse le competenze in materia di servizio ispettivo per la sicurezza mineraria e di vigilanza sull'applicazione della legislazione attinente la salute sui luoghi di lavoro, e servizi tecnici per l'energia;

**o)** monitoraggio della capacità di raffinazione, di lavorazione e di trasporto di oli minerali e controllo sulle condizioni di accesso alla logistica dei prodotti petroliferi;



- p) statistiche, analisi e previsioni sull'energia e le risorse minerarie;
- q) gestione dei materiali nucleari e rifiuti radioattivi presenti sul territorio nazionale e relativi rapporti in ambito comunitario e con le organizzazioni internazionali e i paesi esteri;
- r) vigilanza su enti strumentali statali e collegamento con le società e gli istituti operanti nel settore dell'energia;
- s) rapporti con l'Autorità per l'energia elettrica e il gas e con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, nel settore dell'energia;
- t) determinazioni e vigilanza in materia di scorte energetiche strategiche, predisposizione dei piani di emergenza, provvedimenti in caso di crisi del sistema energetico;
- u) sperimentazioni e controlli su minerali energetici e in materia mineraria e petrografica;
- v) riconoscimento della idoneità di prodotti esplosivi per uso estrattivo.

**2.** Presso la Direzione generale per l'energia e delle risorse minerarie opera la Segreteria tecnica di cui all'articolo 22, comma 2, della legge 9 gennaio 1991, n. 10, e successive modificazioni.

**1.** La Direzione generale per le piccole e medie imprese e gli enti cooperativi si articola in 8 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:

- a) politiche specifiche per le piccole e medie imprese, per la creazione di nuove imprese e per il sostegno alle imprese ad alto tasso di crescita, nel rispetto delle competenze regionali;
- b) iniziative di competenza per la semplificazione degli adempimenti amministrativi a carico delle piccole e medie imprese;
- c) attività inerenti la tematica della responsabilità sociale delle imprese, in collaborazione con le competenti direzioni generali del Ministero della solidarietà sociale;
- d) vigilanza e adozione dei conseguenti provvedimenti nei confronti degli enti cooperativi, degli enti mutualistici di cui all'articolo 2517 del codice civile, delle associazioni nazionali riconosciute di rappresentanza, assistenza e tutela del movimento cooperativo, dei fondi mutualistici di cui all'articolo 11 della legge 31 gennaio 1992, n. 59;
- e) vigilanza ed adozione dei conseguenti provvedimenti nei confronti dei consorzi agrari e delle banche di credito cooperativo;
- f) provvedimenti di liquidazione coatta amministrativa, di scioglimento per atto dell'autorità e di gestione commissariale degli enti cooperativi;
- g) politiche per la promozione e lo sviluppo della cooperazione e della mutualità, in collaborazione con le altre amministrazioni competenti;
- h) studi sulla cooperazione e sulla mutualità;
- i) rapporti con gli organismi europei e internazionali;
- l) tenuta dell'Albo nazionale delle società cooperative e di quello delle società cooperative edilizie e di abitazione e dei loro consorzi;

## Art. 7

**Direzione generale  
per le piccole  
e medie imprese  
e gli enti cooperativi**





- m) supporto e segreteria tecnico-operativa alla Commissione centrale per le cooperative;
- n) vigilanza sull'Istituto di studi cooperativi "Luigi Luzzatti" di Roma;
- o) rapporti con il Ministero del lavoro e della previdenza sociale in materia di vigilanza sul territorio degli enti cooperativi.

**Art. 8**  
**Direzioni generali**  
**del Dipartimento**  
**per la regolazione**  
**del mercato**

1. Al Dipartimento per la regolazione del mercato è attribuita la funzione di promozione e regolazione della concorrenza e del mercato, con particolare riferimento al settore dei servizi, la tutela dei consumatori, le attività di normazione tecnica, di vigilanza e controllo inerenti la sicurezza dei prodotti e degli impianti industriali e la tutela giuridica della proprietà industriale.
2. Il Dipartimento per la regolazione del mercato è articolato nei seguenti uffici di livello dirigenziale generale:
  - a) Direzione generale per la concorrenza e i consumatori;
  - b) Direzione generale per la vigilanza e la normativa tecnica;
  - c) Direzione generale per la proprietà industriale - Ufficio italiano brevetti e marchi;
  - d) Direzione generale per i servizi interni.
3. Per le specifiche esigenze di consulenza, studio e ricerca nelle materie di competenza, è assegnato al Dipartimento un posto di funzione di livello dirigenziale generale per l'esercizio dei relativi compiti. Costituiscono inoltre articolazione del Dipartimento tre uffici di livello dirigenziale non generale.

**Art. 9**  
**Direzione generale**  
**per la concorrenza**  
**e i consumatori**

1. La Direzione generale per la concorrenza e i consumatori si articola in 14 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:
  - a) politiche di promozione delle corrette dinamiche del mercato e della concorrenza per l'armonizzazione e la trasparenza dei mercati;
  - b) promozione e disciplina della concorrenza;
  - c) coordinamento delle politiche per la concorrenza, anche per gli aspetti connessi alla regolamentazione di singoli settori economici e di categorie professionali, fatti salvi i compiti del CIPE;
  - d) rapporti istituzionali con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, anche al fine di assicurarne il funzionamento;
  - e) valutazione ed esame delle indagini e delle segnalazioni formulate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato ed istruttoria delle eventuali e conseguenti decisioni da assumere;
  - f) confronto ed elaborazione di indirizzi e strategie comuni con le regioni nel campo della regolazione dei mercati e delle attività economiche;
  - g) cura delle relazioni istituzionali con gli organismi internazionali e le strutture dell'Unione europea competenti in materia di concorrenza;
  - h) politiche per i consumatori e connessi rapporti con l'Unione europea, con gli organismi internazionali e gli enti locali;





- i) attività inerenti l'Ufficio unico di collegamento nazionale per il coordinamento delle attività amministrative relative alla esecuzione della normativa sulla tutela degli interessi economici dei consumatori e per i rapporti con l'Unione europea in attuazione del regolamento (CE) n. 2006/2004;
- l) vigilanza sul Consorzio obbligatorio Infomercati;
- m) utilizzo dei fondi provenienti dalle sanzioni irrogate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ai sensi dell'articolo 148 della legge 23 dicembre 2000, n. 388;
- n) monitoraggio dei prezzi liberi e controllati nelle varie fasi di scambio ed indagini sulle normative, sui processi di formazione dei prezzi e delle condizioni di offerta di beni e servizi nei settori di competenza;
- o) attività di supporto e segreteria tecnico-organizzativa del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti (CNCU);
- p) promozione della concorrenza nel settore commerciale e dei servizi e segreteria dell'Osservatorio nazionale del commercio, di cui all'articolo 6 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114;
- q) provvedimenti di revoca dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività assicurativa e di liquidazione coatta amministrativa;
- r) politiche nel settore delle assicurazioni e rapporti con l'Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni private (ISVAP) e vigilanza sulla Concessionaria servizi assicurativi pubblici (CONSAP s.p.a.);
- s) coordinamento tecnico per la valorizzazione e armonizzazione del sistema fieristico nazionale;
- t) riconoscimento dei titoli professionali conseguiti all'estero nelle materie di competenza.
- 1.** La Direzione generale per la vigilanza e la normativa tecnica si articola in 12 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:
- a) disciplina normativa, attività amministrativa e, nei casi previsti, di vigilanza inerenti la sicurezza, e la qualità e l'etichettatura dei prodotti e dei servizi destinati ai consumatori, che non ricadono nelle materie di competenza specifica di altre amministrazioni, in coordinamento con le competenti Direzioni generali del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali per quanto attiene i prodotti agroalimentari;
- b) coordinamento delle attività amministrative di informazione previste dal titolo I della parte IV del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, e rapporti con l'Unione europea in materia di sicurezza generale dei prodotti;
- c) attività inerenti la metrologia legale, determinazione del tempo e metalli preziosi;
- d) indirizzo e coordinamento dei servizi metrici e relativi rapporti con le camere di commercio;
- e) controllo e vigilanza delle manifestazioni a premio;
- f) vigilanza sulle società fiduciarie e di revisione;
- g) vigilanza sul sistema delle camere di commercio, industria, arti-

**Art. 10**  
**Direzione generale  
per la vigilanza  
e la normativa  
tecnica**



gianato e agricoltura, e sulla tenuta del registro delle imprese, nonché vigilanza sull'Unione italiana delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura (Unioncamere) e altre attività connesse al registro delle imprese e al repertorio delle notizie economiche e amministrative (REA), ivi compresa l'attività regolativa;

**h)** tenuta del registro informatico degli adempimenti amministrativi delle imprese ai sensi dell'articolo 11 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82;

**i)** contenzioso e attività di coordinamento e supporto agli albi e ruoli degli ausiliari del commercio tenuti dalle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura;

**l)** attività di controllo connesse alla sicurezza degli impianti industriali, ad esclusione dei profili di sicurezza sul lavoro e di quelli di competenza di altre amministrazioni ai sensi dei decreti legislativi 17 agosto 1999, n. 334, e 21 settembre 2005, n. 238;

**m)** vigilanza sugli enti di normazione tecnica e di accreditamento degli organismi di certificazione di qualità e dei laboratori di prova e degli organismi notificati presso l'Unione europea;

**n)** politiche di normalizzazione e regolamentazione tecnica, rapporti con l'Unione europea e connesse competenze inerenti ai controlli di conformità delle macchine, degli impianti e dei prodotti, nelle materie di spettanza del Ministero;

**o)** predisposizione delle normative tecniche e degli standard per la certificazione dei prodotti di spettanza del Ministero;

**p)** partecipazione al sistema di certificazione ambientale, in particolare in materia di ecolabel e ecoaudit;

**q)** attività di coordinamento operativo di attività ispettive e di controllo svolte da altri uffici del Ministero.

**Art. 11**  
**Direzione generale**  
**per la proprietà**  
**industriale -**  
**Ufficio italiano**  
**brevetti e marchi**

**1.** La Direzione generale per la proprietà industriale - Ufficio italiano brevetti e marchi (UIBM), che succede in tutti i rapporti giuridici all'Ufficio italiano brevetti e marchi (UIBM) di cui all'articolo 223 del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, recante il Codice della proprietà industriale, è ufficio di livello dirigenziale generale, si articola in 10 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:

**a)** promozione della tutela giuridica e dell'utilizzazione economica della proprietà industriale a livello nazionale e nelle relazioni in ambito comunitario ed internazionale, fatti salvi i compiti della competente direzione generale del Ministero del commercio internazionale;

**b)** rilascio dei brevetti nazionali e delle privative per nuove varietà vegetali;

**c)** rilascio delle registrazioni delle topografie dei prodotti a semiconduttori;

**d)** deposito delle domande di brevetto europeo e tenuta del Registro italiano dei brevetti europei e del Registro dei brevetti comunitari;

**e)** deposito delle domande internazionali ai sensi del Trattato Patent Cooperation Treaty e della registrazione dei marchi nazionali e attività connesse;

**f)** rilascio dei certificati di protezione complementare relativi a pro-



dotti medicinali e fitosanitari;

**g)** registrazione dei modelli e dei disegni industriali;

**h)** registrazione dei marchi di impresa nazionali;

**i)** attività inerenti la registrazione dei marchi internazionali presso l'Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale di Ginevra ed adempimenti conseguenti;

**l)** deposito delle domande di marchio comunitario ed adempimenti conseguenti;

**m)** tutela internazionale e registrazione internazionale delle denominazioni di origine e tipiche dei prodotti industriali e dell'artigianato secondo l'Accordo di Lisbona;

**n)** procedura di opposizione alla registrazione di marchi nazionali ed internazionali;

**o)** supporto e segreteria della Commissione dei ricorsi di cui all'articolo 135 del citato Codice della proprietà industriale;

**p)** relazioni con le istituzioni e gli organismi comunitari ed internazionali competenti in materia di proprietà industriale;

**q)** creazione e gestione di banche dati e diffusione delle informazioni brevettuali;

**r)** promozione della cultura, anche attraverso l'effettuazione di studi, ricerche, indagini e pubblicazioni, e dell'uso della proprietà industriale presso i potenziali utenti, in particolare presso le piccole e medie imprese e le aree sottoutilizzate;

**s)** supporto tecnico in materia di proprietà industriale all'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione.

REPUBBLICA  
ITALIANA

**1.** La Direzione generale per i servizi interni si articola in 11 uffici di livello dirigenziale non generale e cura gli affari generali per il Dipartimento e, per la parte attribuita in gestione unificata o a strumenti di gestione unitaria del personale e dei servizi comuni, anche per gli altri Dipartimenti.

**2.** In particolare la Direzione, anche ai sensi di quanto previsto dal decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, recante Codice dell'amministrazione digitale, svolge le seguenti funzioni:

**a)** reclutamento, gestione e sviluppo del personale;

**b)** trattamento economico del personale in servizio e in quiescenza;

**c)** coordinamento funzionale e supporto nell'attività di valutazione del fabbisogno di personale, di organizzazione degli uffici e di semplificazione delle procedure interne;

**d)** coordinamento delle attività di formazione del personale del Ministero;

**e)** gestione unificata di spese a carattere strumentale, comuni a più centri di responsabilità amministrativa nell'ambito del Ministero, nei casi in cui, per evitare duplicazioni di strutture e al fine del contenimento dei costi, sia stata individuata tale opportunità;

**f)** supporto tecnico-organizzativo all'attività di contrattazione sindacale decentrata;

## Art. 12

### Direzione generale per i servizi interni





- g) controversie relative ai rapporti di lavoro e procedimenti disciplinari;
- h) gestione dei beni e predisposizione degli atti concernenti lo stato di previsione della spesa del Ministero;
- i) compiti previsti dall'articolo 17, comma 1, del decreto legislativo n. 82 del 2005, e gestione dei sistemi informativi condivisi;
- l) allestimento, gestione e controllo del funzionamento della rete informatica del Ministero e dei servizi comuni, nonché piano di sicurezza informatica dell'Amministrazione, e iniziative necessarie ad assicurare l'interconnessione con i sistemi informativi delle altre pubbliche amministrazioni;
- m) programmazione degli acquisti di beni e servizi informatici;
- n) politiche del personale per le pari opportunità;
- o) attività di supporto al responsabile per i servizi di prevenzione e sicurezza;
- p) relazioni esterne e rapporti con l'utenza;
- q) attività di segreteria e supporto della Conferenza dei Capi dei dipartimenti.

**Art. 13**  
**Direzioni generali**  
**del Dipartimento**  
**per le politiche**  
**di sviluppo**  
**e di coesione**

1. Il Dipartimento per le politiche di sviluppo e di coesione, nel rispetto degli indirizzi, degli obiettivi e delle politiche degli investimenti pubblici definiti dai competenti organi politici e di Governo, è competente in materia di programmazione, coordinamento, attuazione e verifica degli interventi per lo sviluppo e la coesione economica, sociale e territoriale, esercitando a tale fine le funzioni attribuite dalla legge in materia di politica regionale unitaria, nazionale e comunitaria. Il Dipartimento svolge, inoltre, l'attività di vigilanza di competenza del Ministero nei confronti della società "Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa Spa" e provvede ai connessi adempimenti, ai sensi dell'articolo 1, commi da 460 a 463, della legge 27 dicembre 2006, n. 296.
2. Il Dipartimento per le politiche di sviluppo e di coesione è articolato nei seguenti uffici di livello dirigenziale generale:
  - a) Direzione generale studi e statistiche;
  - b) Direzione generale per le politiche dei fondi strutturali comunitari;
  - c) Direzione generale per le politiche di sviluppo territoriale e le interse istituzionali di programma;
  - d) Direzione generale per la programmazione e gestione delle risorse nazionali di politica regionale.
3. Alle dirette dipendenze del Capo del Dipartimento per le politiche di sviluppo e di coesione opera il Nucleo tecnico di valutazione e verifica degli investimenti pubblici di cui all'articolo 3, comma 5, del decreto legislativo 5 dicembre 1997, n. 430.
4. Per specifiche esigenze di consulenza, studio ricerca e coordinamento nelle materie di competenza, sono assegnati al Dipartimento fino a due posti di funzione di livello dirigenziale



generale per l'esercizio dei relativi compiti, tenuto conto dell'istituzione di un ulteriore ufficio di livello dirigenziale generale presso gli uffici di diretta collaborazione del Ministro. Costituiscono inoltre articolazione del Dipartimento tre uffici di livello dirigenziale non generale.

1. La Direzione generale studi e statistiche si articola in 5 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero in materia di studi e statistiche sullo sviluppo e la coesione economica, sociale e territoriale, anche per profili comuni alle competenze degli altri Dipartimenti nei seguenti ambiti:

a) informazione statistica, analisi e comunicazione sulle tendenze economico-sociali, e relative previsioni, inclusa l'integrazione con il quadro macroeconomico nazionale;

b) informazione statistica, analisi e comunicazione sui conti pubblici e sui flussi finanziari territoriali;

c) informazione statistica, analisi e comunicazione sulle politiche economiche e regionali per lo sviluppo e la coesione territoriale;

d) sviluppo di applicazioni informatiche e realizzazione di carte tematiche per la rappresentazione georeferenziata della distribuzione territoriale dei fenomeni;

e) studi tematici sui fattori strutturali e di competitività del sistema produttivo nazionale e territoriale, sulla concorrenza e sui mercati;

f) analisi delle risorse potenziali dei territori ai fini delle politiche per lo sviluppo locale;

g) programmazione e previsione della spesa pubblica in conto capitale a livello territoriale;

h) proposte strategiche in materia di politiche economiche e regionali per lo sviluppo e la coesione economico-sociale e territoriale;

i) coordinamento per la redazione dei documenti di programmazione, incluse le funzioni dipartimentali dirette alla predisposizione della relazione del Ministro al Parlamento di cui all'articolo 15, ultimo comma, della legge 5 agosto 1978, n. 468, anche in collaborazione con altre Amministrazioni;

l) analisi delle tendenze economiche territoriali a livello internazionale e delle relative politiche di sviluppo;

m) rapporti e comunicazione istituzionale con organismi internazionali in materia di politiche di sviluppo territoriale;

n) organizzazione e gestione della biblioteca, conservazione e diffusione delle documentazioni dipartimentali e promozione di attività seminariali.

#### **Art. 14**

##### **Direzione generale studi e statistiche**

1. La Direzione generale per le politiche dei fondi strutturali comunitari si articola in 9 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge, curando anche i relativi rapporti con l'Unione europea e le amministrazioni interessate, le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:

#### **Art. 15**

##### **Direzione generale per le politiche dei fondi strutturali comunitari**



# documenti

- a) nel quadro della politica regionale unitaria, promozione, coordinamento e definizione delle iniziative in materia di programmazione strategica e di utilizzazione dei fondi strutturali comunitari, secondo le direttive generali del CIPE e valutazione dei relativi impatti a livello del bilancio comunitario;
- b) istruttoria e partecipazione ai processi di definizione e attuazione delle politiche comunitarie connesse alle politiche di sviluppo e di coesione economica, sociale e territoriale;
- c) istruttoria e partecipazione all'attività negoziale per la definizione, revisione e riforma degli strumenti comunitari d'intervento finanziario strutturale e di coesione;
- d) istruttoria e partecipazione all'attività negoziale con la Commissione europea per la definizione della Carta italiana degli aiuti a finalità regionale nelle aree ammissibili alle deroghe di cui all'articolo 87, paragrafo 3, lettera a) e c), del Trattato CE;
- e) promozione e verifica, nel rispetto delle competenze delle singole amministrazioni pubbliche interessate, dell'attuazione dei programmi che utilizzano fondi strutturali comunitari, coerentemente con le politiche comunitarie e nazionali rilevanti;
- f) programmazione, coordinamento e gestione di programmi operativi nazionali di assistenza tecnica e di azioni di sistema, promossi nell'ambito della programmazione dei fondi strutturali;
- g) inoltro agli organismi comunitari delle richieste di cofinanziamento;
- h) segnalazioni per l'esercizio dei poteri sostitutivi in caso di inerzia o ritardo delle competenti amministrazioni statali e delle amministrazioni ed enti regionali e locali nell'adozione dei provvedimenti necessari all'attuazione degli interventi cofinanziati;
- i) promozione e coordinamento delle azioni innovative comunitarie, con particolare riferimento a quelle cofinanziate dai fondi strutturali comunitari;
- l) promozione e attuazione di progetti di gemellaggio istituzionale promossi dall'Unione europea e di cooperazione bilaterale in materia di politiche di sviluppo territoriale con paesi in via di adesione e paesi terzi.

**Art. 16**  
**Direzione generale**  
**per le politiche**  
**di sviluppo territoriale**  
**e le intese istituzionali**  
**di programma**

1. La Direzione generale per le politiche di sviluppo territoriale e le intese istituzionali di programma si articola in 8 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:
  - a) nel quadro della politica regionale unitaria, coordinamento e definizione di iniziative per lo sviluppo territoriale da attuare, secondo le direttive del CIPE, con le risorse del Fondo per le aree sottoutilizzate;
  - b) programmazione, promozione, coordinamento e monitoraggio, specie nelle aree sottoutilizzate, delle iniziative e degli interventi nazionali per lo sviluppo economico territoriale, attraverso gli strumenti negoziali previsti dalla legislazione vigente, avuto riguardo, in particolare, per quelli finanziati dal Fondo per le aree sottoutilizzate;
  - c) attività preordinate alla promozione, stipula e gestione delle inte-



se istituzionali di programma e degli strumenti di programmazione che attuano le intese;

**d)** attività preordinate alla programmazione, promozione, stipula e gestione degli accordi di programma quadro, ivi compresi il coordinamento delle attività istruttorie degli organi di gestione, nonché la quantificazione delle risorse da trasferire per l'attuazione degli interventi;

**e)** promozione e coordinamento di azioni innovative di supporto all'attuazione ed al monitoraggio delle Intese istituzionali di programma e degli Accordi di programma quadro;

**f)** promozione e assistenza per la progettazione di investimenti pubblici, materiali ed immateriali, e di linee di intervento di sistemi territoriali in paesi terzi di interesse per la politica di sviluppo nazionale e regionale;

**g)** rapporti e comunicazione istituzionale con organismi internazionali e comunitari e con le regioni e gli enti locali in materia di politiche di sviluppo territoriale.

**1.** La Direzione generale per la programmazione e gestione delle risorse nazionali di politica regionale si articola in 7 uffici di livello dirigenziale non generale e svolge le funzioni e i compiti di spettanza del Ministero nei seguenti ambiti:

**a)** in coerenza con le linee di programmazione strategica e nel quadro della politica regionale unitaria, iniziative, proposte e coordinamento in materia di programmazione e gestione delle risorse destinate ad interventi finanziati a valere sul Fondo per le aree sottoutilizzate, di cui agli articoli 60 e 61 della legge 30 dicembre 2002, n. 289;

**b)** istruttoria della proposta di riparto del Fondo per le aree sottoutilizzate che il Ministro dello sviluppo economico presenta al CIPE, tenuto conto delle richieste delle amministrazioni interessate;

**c)** valutazione dei fabbisogni finanziari degli interventi delle politiche economiche e regionali per lo sviluppo territoriale e la coesione, anche derivante da norme in fase di formulazione; connesse attività durante la successiva fase di approvazione delle norme;

**d)** gestione e monitoraggio dei flussi finanziari del Fondo per le aree sottoutilizzate di cui agli articoli 60 e 61 della legge 30 dicembre 2002, n. 289;

**e)** attuazione degli adempimenti previsti dall'articolo 5 della legge 17 maggio 1999, n. 144, anche attraverso la eventuale costituzione di una banca dati degli interventi su base territoriale finanziati con risorse pubbliche ordinarie e aggiuntive;

**f)** promozione della costituzione e dell'utilizzo delle banche dati finalizzate all'analisi degli investimenti pubblici di sostegno alle politiche di sviluppo territoriale; attività del Sistema informativo per gli investimenti territoriali (SINIT);

**g)** organizzazione e gestione delle risorse strumentali, finanziarie ed umane attribuite al Dipartimento, limitatamente agli aspetti caratterizzati da elevata specificità e fatte salve le competenze di gestione

## **Art. 17**

**Direzione generale  
per la  
programmazione  
e gestione  
delle risorse nazionali  
di politica regionale**





unificata della Direzione generale per i servizi interni;

h) sviluppo e gestione del sistema informativo dipartimentale nell'ambito del sistema integrato del Ministero; coordinamento degli interventi di informatizzazione.

**Art. 18**  
**Nucleo tecnico  
di valutazione  
e verifica degli  
investimenti pubblici**

1. Il Nucleo tecnico di valutazione e verifica degli investimenti pubblici opera alle dirette dipendenze del Capo del Dipartimento per le politiche di sviluppo e di coesione, che se ne avvale per lo svolgimento dei compiti attribuiti al Dipartimento, per l'eventuale supporto dell'attività del CIPE e per le funzioni delle altre strutture del Ministero.
2. Il Nucleo è articolato in due unità operative, rispettivamente per la valutazione e per la verifica degli investimenti pubblici. È composto di 60 membri, egualmente ripartiti fra le due unità, compresi i due responsabili, nominati con decreto del Ministro per un periodo di quattro anni, rinnovabile, cui si applicano, ai fini di cui all'articolo 5, comma 1, della legge 17 dicembre 1986, n. 878, le vigenti disposizioni sulla dirigenza in materia di organizzazione del lavoro alle dipendenze della pubblica amministrazione, in quanto compatibili. I componenti sono scelti, nel rispetto della clausola di genere, fra esperti nelle discipline oggetto dell'attività istituzionale delle unità, per il settore di competenza, anche appartenenti ad altri paesi dell'Unione europea. Per tutti i componenti è richiesta un'alta, specifica e comprovata specializzazione professionale acquisita nel corso di precedenti attività di studio e ricerca ovvero in esperienze professionali pertinenti nelle pubbliche amministrazioni, in enti o organismi pubblici, nonché negli organismi internazionali o nel settore privato. I responsabili delle unità operative hanno i poteri di assegnazione degli affari delle unità stesse.
3. Il Nucleo predispone annualmente una relazione riguardante l'attività della pubblica amministrazione in materia di investimenti pubblici per lo sviluppo economico territoriale, sulla base dell'attività svolta. La relazione è trasmessa dal Capo del Dipartimento per le politiche di sviluppo e di coesione al Ministro, ai fini della presentazione al Parlamento.
4. L'unità di valutazione degli investimenti pubblici, oltre ai compiti già previsti dall'articolo 1 della legge 17 dicembre 1986, n. 878, e dall'articolo 1 della legge 17 maggio 1999, n. 144, al fine di contribuire a migliorare le decisioni di investimento pubblico, fornisce specifiche valutazioni su politiche, programmi e progetti di sviluppo socio-economico e territoriale, in particolare sulla loro rispondenza agli indirizzi di politica economica, sulla fattibilità economico-finanziaria delle iniziative, sulla loro compatibilità e convenienza rispetto ad altre soluzioni, sulla loro ricaduta economica e sociale nelle zone interessate; elabora e diffonde metodi, strumenti e basi informative per la valutazione di politiche, programmi e progetti di sviluppo socio-eco-



nomico e territoriale; promuove e coordina le attività inerenti alla produzione dei conti pubblici territoriali; sulla base della pratica della valutazione fornisce supporto alle attività di programmazione nell'ambito dei compiti assegnati al Dipartimento.

5. L'Unità di verifica degli investimenti pubblici verifica e dà impulso all'attuazione dei programmi e dei progetti di investimento delle amministrazioni, enti e soggetti operanti con finanziamento pubblico, con particolare riguardo ai programmi comunitari e agli Accordi di programma quadro, anche con riferimento agli effetti socio-economici connessi all'attuazione degli interventi, all'osservanza delle relative previsioni di spesa, raccogliendo ed elaborando a tal fine informazioni statistiche e integrando le banche dati disponibili; propone le iniziative da adottare per la rimozione degli ostacoli all'attuazione e all'accelerazione della spesa; svolge funzioni di audit ai sensi del regolamento (CE) n. 1083/2006 (Fondi strutturali). I componenti dell'Unità di verifica esercitano le loro funzioni con i poteri di cui all'articolo 9, comma 1, della legge 17 dicembre 1986, n. 878.
6. Le regioni e gli enti locali possono procedere al distacco presso il Nucleo, per periodi di tempo determinati, di loro funzionari per l'esame di questioni di interesse dell'ente e per l'acquisizione delle conoscenze relative ai procedimenti e alle metodologie di lavoro del Nucleo, che può anche promuovere iniziative di formazione per il personale delle regioni e degli enti locali nelle predette materie, su richiesta e d'intesa con gli enti stessi.
7. Resta salvo quanto previsto dal decreto del Presidente della Repubblica 30 novembre 1998, n. 453, recante ulteriori norme sull'organizzazione ed il funzionamento del nucleo tecnico di valutazione e verifica degli investimenti pubblici.

1. I compiti degli uffici di livello dirigenziale non generale del Ministero, così come individuati numericamente negli articoli da 3 a 17, sono definiti, con eliminazione delle duplicazioni organizzative esistenti, con decreto ministeriale di natura non regolamentare, adottato nel termine di sessanta giorni dalla data di entrata in vigore del presente regolamento. Con decreto ministeriale di natura non regolamentare adottato ai sensi dell'art. 17, comma 4-bis, lettera e), della legge 23 agosto 1988, n. 400, e dell'articolo 4, comma 4, del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 300, si provvede inoltre alle eventuali successive modifiche ed integrazioni di tali compiti ed alle eventuali variazioni compensative della ripartizione degli uffici di livello dirigenziale non generale fra i diversi uffici dirigenziali generali, fermo restando il loro numero complessivo ridotto a 164 unità o posti di funzione, ivi compresi 10 posti di funzione di livello dirigenziale non generale assegnati agli uffici di diretta collaborazione del Ministro.

**Art. 19**  
**Uffici di livello**  
**dirigenziale**  
**non generale**



## Art. 20 Dotazioni organiche



1. Le dotazioni organiche del Ministero sono determinate dalla allegata Tabella A. Le dotazioni organiche per i dirigenti di prima fascia e per i dirigenti di seconda fascia, ivi individuate con una riduzione pari rispettivamente al 10 per cento ed al 5 per cento, costituiscono limite per l'individuazione degli uffici di livello dirigenziale generale e di livello dirigenziale non generale nel rispetto delle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 404, lettera a), della legge 27 dicembre 2006, n. 296.
2. Con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri o del Ministro delegato per le riforme e le innovazioni nella pubblica amministrazione, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, è effettuata la ripartizione dei contingenti di personale di cui al comma 1 nei diversi profili professionali. Per il personale confluito nel Ministero sono fatti salvi, nell'ambito della dotazione organica di cui alla Tabella A, limitatamente alle vacanze organiche riferibili alla quota di personale confluito, gli effetti dei processi di riqualificazione ancora in corso alla data di entrata in vigore del presente regolamento presso il Ministero di provenienza. Il ruolo del personale dirigenziale ministeriale è disciplinato ai sensi del decreto del Presidente della Repubblica 23 aprile 2004, n. 108.

## Art. 21 Abrogazioni

1. È abrogato il decreto del Presidente della Repubblica 26 marzo 2001, n. 175, di organizzazione del Ministero delle attività produttive.
2. Sono abrogati l'articolo 3 del decreto del Presidente della Repubblica 28 aprile 1998, n. 154, e successive modificazioni, recante norme sull'articolazione organizzativa e le dotazioni organiche dei dipartimenti del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica e l'articolo 7 del decreto del Presidente della Repubblica 20 febbraio 1998, n. 38, recante le attribuzioni dei Dipartimenti del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica.

## Art. 22 Disposizioni finali

1. Quando leggi, regolamenti, decreti, norme o provvedimenti fanno riferimento ai Ministri e ai Ministeri dell'industria, del commercio e dell'artigianato o delle attività produttive, ovvero a funzioni e compiti già spettanti ad amministrazioni comunque confluite nel Ministero dello sviluppo economico, il riferimento si intende compiuto, rispettivamente, al Ministro e al Ministero dello sviluppo economico ovvero ai corrispondenti compiti e funzioni esercitati dal Ministro e dal Ministero dello sviluppo economico.
2. Dall'attuazione del presente regolamento non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico del bilancio dello Stato.
3. Ogni due anni l'organizzazione del Ministero è sottoposta a verifica, ai sensi dell'articolo 4, comma 5, del decreto legislativo 30 luglio



1999, n. 300, al fine di accertarne la funzionalità e l'efficienza. Alla suddetta verifica, in sede di prima applicazione, si provvede entro un anno dalla data di entrata in vigore del presente regolamento.

**Tabella A** (prevista dall'art.20, comma 1)

**Ministero dello Sviluppo Economico**

**Dotazione organica complessiva**

|  |              |
|--|--------------|
| Dirigenti 1 <sup>a</sup> fascia            | 20           |
| Dirigenti 2 <sup>a</sup> fascia            | 164          |
| <b>Totale dirigenti</b>                    | <b>184</b>   |
| Area funzionale C - posizione economica C  | 316          |
| Area funzionale C - posizione economica C2 | 383          |
| Area funzionale C - posizione economica C1 | 468          |
| Area funzionale B - posizione economica B3 | 308          |
| Area funzionale B - posizione economica B2 | 309          |
| Area funzionale B - posizione economica B1 | 123          |
| Area funzionale A - posizione economica A1 | 52           |
| <b>Totale aree funzionali</b>              | <b>1.959</b> |
| <b>Totale complessivo</b>                  | <b>2.143</b> |





## PRATICHE COMMERCIALI SLEALI: IL D. LGS. 146/2007

# Le modifiche apportate al Codice del consumo

DECRETO LEGISLATIVO 2 Agosto 2007, n. 146

Attuazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica le direttive 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE, 2002/65/CE, e il Regolamento (CE) n. 2006/2004.

(GU n. 207 del 6-9-2007)

Testo in vigore dal: 21-9-2007

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

**VISTI** gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

**VISTO** l'articolo 14, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400;

**VISTA** la legge 25 gennaio 2006, n. 29, recante disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - Legge comunitaria 2005 ed, in particolare, l'articolo 1 e l'allegato A;

**VISTA** la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, nonché il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio ("direttiva sulle pratiche commerciali sleali");

**VISTA** la direttiva 2006/114/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa (versione codificata);

**VISTA** la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 27 luglio 2007;

Sulla proposta del Ministro per le politiche europee e del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con i Ministri degli affari esteri, della giustizia e dell'economia e delle finanze;



**EMANA** il seguente decreto legislativo:

- 1.** Gli articoli da 18 a 27 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, sono sostituiti dai seguenti:

**Art. 1.**

**Delle pratiche commerciali scorrette**

**CAPO I**

**DISPOSIZIONI GENERALI**

**Art. 18. Definizioni**

- 1.** Ai fini del presente titolo, si intende per:

- a)** "consumatore": qualsiasi persona fisica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale;
- b)** "professionista": qualsiasi persona fisica o giuridica che, nelle pratiche commerciali oggetto del presente titolo, agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista;
- c)** "prodotto": qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;
- d)** "pratiche commerciali tra professionisti e consumatori" (di seguito denominate: "pratiche commerciali"): qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori;
- e)** "falsare in misura rilevante il comportamento economico dei consumatori": l'impiego di una pratica commerciale idonea ad alterare sensibilmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole, inducendolo pertanto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso;
- f)** "codice di condotta": un accordo o una normativa che non è imposta dalle disposizioni legislative, regolamentari o amministrative di uno Stato membro e che definisce il comportamento dei professionisti che si impegnano a rispettare tale codice in relazione a una o più pratiche commerciali o ad uno o più settori imprenditoriali specifici;
- g)** "responsabile del codice": qualsiasi soggetto, compresi un professionista o un gruppo di professionisti, responsabile della formulazione e revisione di un codice di condotta ovvero del controllo del rispetto del codice da parte di coloro che si sono impegnati a rispettarlo;
- h)** "diligenza professionale": il normale grado della specifica competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista;
- i)** "invito all'acquisto": una comunicazione commerciale indicante le caratteristiche e il prezzo del prodotto in forme appropriate rispetto al mezzo impiegato per la comunicazione commerciale e pertanto tale da consentire al consumatore di effettuare un acquisto;
- l)** "indebito condizionamento": lo sfruttamento di una posizione di potere rispet-





to al consumatore per esercitare una pressione, anche senza il ricorso alla forza fisica o la minaccia di tale ricorso, in modo da limitare notevolmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole;

**m)** "decisione di natura commerciale": la decisione presa da un consumatore relativa a se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo e a quali condizioni, se pagare integralmente o parzialmente, se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto; tale decisione può portare il consumatore a compiere un'azione o all'astenersi dal compierla;

**n)** "professione regolamentata": attività professionale, o insieme di attività professionali, l'accesso alle quali e il cui esercizio, o una delle cui modalità di esercizio, è subordinata direttamente o indirettamente, in base a disposizioni legislative, regolamentari o amministrative, al possesso di determinate qualifiche professionali.

### **Art. 19. Ambito di applicazione**

- 1.** Il presente titolo si applica alle pratiche commerciali scorrette tra professionisti e consumatori poste in essere prima, durante e dopo un'operazione commerciale relativa a un prodotto.
- 2.** Il presente titolo non pregiudica:
  - a)** l'applicazione delle disposizioni normative in materia contrattuale, in particolare delle norme sulla formazione, validità od efficacia del contratto;
  - b)** l'applicazione delle disposizioni normative, comunitarie o nazionali, in materia di salute e sicurezza dei prodotti;
  - c)** l'applicazione delle disposizioni normative che determinano la competenza giurisdizionale;
  - d)** l'applicazione delle disposizioni normative relative allo stabilimento, o ai regimi di autorizzazione, o i codici deontologici o altre norme specifiche che disciplinano le professioni regolamentate, per garantire livelli elevati di correttezza professionale.
- 3.** In caso di contrasto, le disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento che disciplinano aspetti specifici delle pratiche commerciali scorrette prevalgono sulle disposizioni del presente titolo e si applicano a tali aspetti specifici.
- 4.** Il presente titolo non è applicabile in materia di certificazione e di indicazioni concernenti il titolo degli articoli in metalli preziosi.

## **Capo II**

### **PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE**

#### **Art. 20. Divieto delle pratiche commerciali scorrette**

- 1.** Le pratiche commerciali scorrette sono vietate.
- 2.** Una pratica commerciale è scorretta se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori.
- 3.** Le pratiche commerciali che, pur raggiungendo gruppi più ampi di consumatori, sono idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico solo di un gruppo di consumatori chiaramente individuabile, particolarmente vulnerabili alla pratica o al prodotto cui essa si riferisce a motivo della loro infermità men-



*tale o fisica, della loro età o ingenuità, in un modo che il professionista poteva ragionevolmente prevedere, sono valutate nell'ottica del membro medio di tale gruppo. È fatta salva la pratica pubblicitaria comune e legittima consistente in dichiarazioni esagerate o in dichiarazioni che non sono destinate ad essere prese alla lettera.*

- 4.** *In particolare, sono scorrette le pratiche commerciali:*
  - a)** *ingannevoli di cui agli articoli 21, 22 e 23 o*
  - b)** *aggressive di cui agli articoli 24, 25 e 26.*
- 5.** *Gli articoli 23 e 26 riportano l'elenco delle pratiche commerciali, rispettivamente ingannevoli e aggressive, considerate in ogni caso scorrette.*

## SEZIONE I

### Pratiche commerciali ingannevoli

#### Art. 21. Azioni ingannevoli

- 1.** *È considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso:*
  - a)** *l'esistenza o la natura del prodotto;*
  - b)** *le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilità, i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, gli accessori, l'assistenza post-vendita al consumatore e il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna, l'idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto;*
  - c)** *la portata degli impegni del professionista, i motivi della pratica commerciale e la natura del processo di vendita, qualsiasi dichiarazione o simbolo relativi alla sponsorizzazione o all'approvazione dirette o indirette del professionista o del prodotto;*
  - d)** *il prezzo o il modo in cui questo è calcolato o l'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo;*
  - e)** *la necessità di una manutenzione, ricambio, sostituzione o riparazione;*
  - f)** *la natura, le qualifiche e i diritti del professionista o del suo agente, quali l'identità, il patrimonio, le capacità, lo status, il riconoscimento, l'affiliazione o i collegamenti e i diritti di proprietà industriale, commerciale o intellettuale o i premi e i riconoscimenti;*
  - g)** *i diritti del consumatore, incluso il diritto di sostituzione o di rimborso ai sensi dell'articolo 130 del presente Codice.*
- 2.** *È altresì considerata ingannevole una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, induce o è idonea ad indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso e comporti:*
  - a)** *una qualsivoglia attività di commercializzazione del prodotto che ingenera confusione con i prodotti, i marchi, la denominazione sociale e altri segni distintivi di un concorrente, ivi compresa la pubblicità comparativa illecita;*



- b) il mancato rispetto da parte del professionista degli impegni contenuti nei codici di condotta che il medesimo si è impegnato a rispettare, ove si tratti di un impegno fermo e verificabile, e il professionista indichi in una pratica commerciale che è vincolato dal codice.*
- 3. È considerata scorretta la pratica commerciale che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, omette di darne notizia in modo da indurre i consumatori a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.*
  - 4. È considerata, altresì, scorretta la pratica commerciale che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, può, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza.*

#### **Art. 22. Omissioni ingannevoli**

- 1. È considerata ingannevole una pratica commerciale che nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, nonché dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, omette informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno in tale contesto per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e induce o è idonea ad indurre in tal modo il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.*
- 2. Una pratica commerciale è altresì considerata un'omissione ingannevole quando un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti di cui al comma 1, tenendo conto degli aspetti di cui al detto comma, o non indica l'intento commerciale della pratica stessa qualora questi non risultino già evidenti dal contesto nonché quando, nell'uno o nell'altro caso, ciò induce o è idoneo a indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.*
- 3. Qualora il mezzo di comunicazione impiegato per la pratica commerciale imponga restrizioni in termini di spazio o di tempo, nel decidere se vi sia stata un'omissione di informazioni, si tiene conto di dette restrizioni e di qualunque misura adottata dal professionista per rendere disponibili le informazioni ai consumatori con altri mezzi.*
- 4. Nel caso di un invito all'acquisto sono considerate rilevanti, ai sensi del comma 1, le informazioni seguenti, qualora non risultino già evidenti dal contesto:*
  - a) le caratteristiche principali del prodotto in misura adeguata al mezzo di comunicazione e al prodotto stesso;*
  - b) l'indirizzo geografico e l'identità del professionista, come la sua denominazione sociale e, ove questa informazione sia pertinente, l'indirizzo geografico e l'identità del professionista per conto del quale egli agisce;*
  - c) il prezzo comprensivo delle imposte o, se la natura del prodotto comporta l'impossibilità di calcolare ragionevolmente il prezzo in anticipo, le modalità di calcolo del prezzo e, se del caso, tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna o postali oppure, qualora tali spese non possano ragionevolmente essere calcolate in anticipo, l'indicazione che tali spese potranno essere addebitate al consumatore;*
  - d) le modalità di pagamento, consegna, esecuzione e trattamento dei reclami qualora esse siano difformi dagli obblighi imposti dalla diligenza professionale;*
  - e) l'esistenza di un diritto di recesso o scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.*
- 5. Sono considerati rilevanti, ai sensi del comma 1, gli obblighi di informazione, pre-*



visti dal diritto comunitario, connessi alle comunicazioni commerciali, compresa la pubblicità o la commercializzazione del prodotto.

**Art. 23. Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli**

1. Sono considerate in ogni caso ingannevoli le seguenti pratiche commerciali:
  - a) affermazione non rispondente al vero, da parte di un professionista, di essere firmatario di un codice di condotta;
  - b) esibire un marchio di fiducia, un marchio di qualità o un marchio equivalente senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione;
  - c) asserire, contrariamente al vero, che un codice di condotta ha l'approvazione di un organismo pubblico o di altra natura;
  - d) asserire, contrariamente al vero, che un professionista, le sue pratiche commerciali o un suo prodotto sono stati autorizzati, accettati o approvati, da un organismo pubblico o privato o che sono state rispettate le condizioni dell'autorizzazione, dell'accettazione o dell'approvazione ricevuta;
  - e) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo senza rivelare l'esistenza di ragionevoli motivi che il professionista può avere per ritenere che non sarà in grado di fornire o di far fornire da un altro professionista quei prodotti o prodotti equivalenti a quel prezzo entro un periodo e in quantità ragionevoli in rapporto al prodotto, all'entità della pubblicità fatta del prodotto e al prezzo offerti;
  - f) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo e successivamente:
    - 1) rifiutare di mostrare l'articolo pubblicizzato ai consumatori, oppure
    - 2) rifiutare di accettare ordini per l'articolo o di consegnarlo entro un periodo di tempo ragionevole, oppure
    - 3) fare la dimostrazione dell'articolo con un campione difettoso, con l'intenzione di promuovere un altro prodotto;
  - g) dichiarare, contrariamente al vero, che il prodotto sarà disponibile solo per un periodo molto limitato o che sarà disponibile solo a condizioni particolari per un periodo di tempo molto limitato, in modo da ottenere una decisione immediata e privare i consumatori della possibilità o del tempo sufficiente per prendere una decisione consapevole;
  - h) impegnarsi a fornire l'assistenza post-vendita a consumatori con i quali il professionista ha comunicato prima dell'operazione commerciale in una lingua diversa dalla lingua ufficiale dello Stato membro in cui il professionista è stabilito e poi offrire concretamente tale servizio soltanto in un'altra lingua, senza che questo sia chiaramente comunicato al consumatore prima del suo impegno a concludere l'operazione;
  - i) affermare, contrariamente al vero, o generare comunque l'impressione che la vendita del prodotto è lecita;
  - l) presentare i diritti conferiti ai consumatori dalla legge come una caratteristica propria dell'offerta fatta dal professionista;
  - m) salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, impiegare contenuti redazionali nei mezzi di comunicazione per promuovere un prodotto, qualora i costi di tale promozione siano stati sostenuti dal professionista senza che ciò emerga dai contenuti o da immagini o suoni chiaramente individuabili per il consumatore;
  - n) formulare affermazioni di fatto inesatte per quanto riguarda la natura e la portata dei rischi per la sicurezza personale del consumatore o della sua famiglia se egli non acquistasse il prodotto;
  - o) promuovere un prodotto simile a quello fabbricato da un altro produttore in



modo tale da fuorviare deliberatamente il consumatore inducendolo a ritenere, contrariamente al vero, che il prodotto è fabbricato dallo stesso produttore;

**p)** avviare, gestire o promuovere un sistema di promozione a carattere piramidale nel quale il consumatore fornisce un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita o dal consumo di prodotti;

**q)** affermare, contrariamente al vero, che il professionista è in procinto di cessare l'attività o traslocare;

**r)** affermare che alcuni prodotti possono facilitare la vincita in giochi basati sulla sorte;

**s)** affermare, contrariamente al vero, che un prodotto ha la capacità di curare malattie, disfunzioni o malformazioni;

**t)** comunicare informazioni inesatte sulle condizioni di mercato o sulla possibilità di ottenere il prodotto allo scopo d'indurre il consumatore all'acquisto a condizioni meno favorevoli di quelle normali di mercato;

**u)** affermare in una pratica commerciale che si organizzano concorsi o promozioni a premi senza attribuire i premi descritti o un equivalente ragionevole;

**v)** descrivere un prodotto come gratuito o senza alcun onere, se il consumatore deve pagare un supplemento di prezzo rispetto al normale costo necessario per rispondere alla pratica commerciale e ritirare o farsi recapitare il prodotto;

**z)** includere nel materiale promozionale una fattura o analoga richiesta di pagamento che lasci intendere, contrariamente al vero, al consumatore di aver già ordinato il prodotto;

**aa)** dichiarare o lasciare intendere, contrariamente al vero, che il professionista non agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, o presentarsi, contrariamente al vero, come consumatore;

**bb)** lasciare intendere, contrariamente al vero, che i servizi post-vendita relativi a un prodotto siano disponibili in uno Stato membro diverso da quello in cui è venduto il prodotto.

## SEZIONE II

### Pratiche commerciali aggressive

#### Art. 24. Pratiche commerciali aggressive

**1.** È considerata aggressiva una pratica commerciale che, nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento, limita o è idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo induce o è idonea ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

#### Art. 25. Ricorso a molestie, coercizione o indebito condizionamento

**1.** Nel determinare se una pratica commerciale comporta, ai fini del presente capo, molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica, o indebito condizionamento, sono presi in considerazione i seguenti elementi:

**a)** i tempi, il luogo, la natura o la persistenza;

**b)** il ricorso alla minaccia fisica o verbale;

**c)** lo sfruttamento da parte del professionista di qualsivoglia evento tragico o cir-

costanza specifica di gravità tale da alterare la capacità di valutazione del consumatore, al fine di influenzarne la decisione relativa al prodotto;

**d)** qualsiasi ostacolo non contrattuale, oneroso o sproporzionato, imposto dal professionista qualora un consumatore intenda esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto o quello di cambiare prodotto o rivolgersi ad un altro professionista;

**e)** qualsiasi minaccia di promuovere un'azione legale ove tale azione sia manifestamente temeraria o infondata.

#### **Art. 26. Pratiche commerciali considerate in ogni caso aggressive**

**1.** Sono considerate in ogni caso aggressive le seguenti pratiche commerciali:

**a)** creare l'impressione che il consumatore non possa lasciare i locali commerciali fino alla conclusione del contratto;

**b)** effettuare visite presso l'abitazione del consumatore, ignorando gli inviti del consumatore a lasciare la sua residenza o a non ritornarvi, fuorché nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale;

**c)** effettuare ripetute e non richieste sollecitazioni commerciali per telefono, via fax, per posta elettronica o mediante altro mezzo di comunicazione a distanza, fuorché nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale, fatti salvi l'articolo 58 e l'articolo 130 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196;

**d)** imporre al consumatore che intenda presentare una richiesta di risarcimento del danno in virtù di una polizza di assicurazione di esibire documenti che non possono ragionevolmente essere considerati pertinenti per stabilire la fondatezza della richiesta, o omettere sistematicamente di rispondere alla relativa corrispondenza, al fine di dissuadere un consumatore dall'esercizio dei suoi diritti contrattuali;

**e)** salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, includere in un messaggio pubblicitario un'esortazione diretta ai bambini affinché acquistino o convincano i genitori o altri adulti ad acquistare loro i prodotti reclamizzati;

**f)** esigere il pagamento immediato o differito o la restituzione o la custodia di prodotti che il professionista ha fornito, ma che il consumatore non ha richiesto, salvo quanto previsto dall'articolo 54, comma 2, secondo periodo;

**g)** informare esplicitamente il consumatore che, se non acquista il prodotto o il servizio saranno in pericolo il lavoro o la sussistenza del professionista;

**h)** lasciare intendere, contrariamente al vero, che il consumatore abbia già vinto, vincerà o potrà vincere compiendo una determinata azione un premio o una vincita equivalente, mentre in effetti non esiste alcun premio né vincita equivalente oppure che qualsiasi azione volta a reclamare il premio o altra vincita equivalente è subordinata al versamento di denaro o al sostenimento di costi da parte del consumatore.

### **Capo III**

#### **APPLICAZIONE**

#### **Art. 27. Tutela amministrativa e giurisdizionale**

**1.** L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, di seguito denominata







“Autorità”, esercita le attribuzioni disciplinate dal presente articolo anche quale autorità competente per l’applicazione del regolamento 2006/2004/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell’esecuzione della normativa che tutela i consumatori, nei limiti delle disposizioni di legge.

- 2.** L’Autorità, d’ufficio o su istanza di ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse, inibisce la continuazione delle pratiche commerciali scorrette e ne elimina gli effetti. A tale fine, l’Autorità si avvale dei poteri investigativi ed esecutivi di cui al citato regolamento 2006/2004/CE anche in relazione alle infrazioni non transfrontaliere. Per lo svolgimento dei compiti di cui al comma 1 l’Autorità può avvalersi della Guardia di finanza che agisce con i poteri ad essa attribuiti per l’accertamento dell’imposta sul valore aggiunto e dell’imposta sui redditi. L’intervento dell’Autorità è indipendente dalla circostanza che i consumatori interessati si trovino nel territorio dello Stato membro in cui è stabilito il professionista o in un altro Stato membro.
- 3.** L’Autorità può disporre, con provvedimento motivato, la sospensione provvisoria delle pratiche commerciali scorrette, laddove sussiste particolare urgenza. In ogni caso, comunica l’apertura dell’istruttoria al professionista e, se il committente non è conosciuto, può richiedere al proprietario del mezzo che ha diffuso la pratica commerciale ogni informazione idonea ad identificarlo. L’Autorità può, altresì, richiedere a imprese, enti o persone che ne siano in possesso le informazioni ed i documenti rilevanti al fine dell’accertamento dell’infrazione. Si applicano le disposizioni previste dall’articolo 14, commi 2, 3 e 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287.
- 4.** In caso di inottemperanza, senza giustificato motivo, a quanto disposto dall’Autorità ai sensi dell’articolo 14, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l’Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000,00 euro a 20.000,00 euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, l’Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000,00 euro a 40.000,00 euro.
- 5.** L’Autorità può disporre che il professionista fornisca prove sull’esattezza dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale se, tenuto conto dei diritti o degli interessi legittimi del professionista e di qualsiasi altra parte nel procedimento, tale esigenza risulti giustificata, date le circostanze del caso specifico. Se tale prova è omessa o viene ritenuta insufficiente, i dati di fatto sono considerati inesatti. Incombe, in ogni caso, al professionista l’onere di provare, con allegazioni fattuali, che egli non poteva ragionevolmente prevedere l’impatto della pratica commerciale sui consumatori, ai sensi dell’articolo 20, comma 3.
- 6.** Quando la pratica commerciale è stata o deve essere diffusa attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l’Autorità, prima di provvedere, richiede il parere dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.
- 7.** Ad eccezione dei casi di manifesta scorrettezza e gravità della pratica commerciale, l’Autorità può ottenere dal professionista responsabile l’assunzione dell’impegno di porre fine all’infrazione, cessando la diffusione della stessa o modificandola in modo da eliminare i profili di illegittimità. L’Autorità può disporre la pubblicazione della dichiarazione dell’impegno in questione a cura e spese del professionista. In tali ipotesi, l’Autorità, valutata l’idoneità di tali impegni, può renderli obbligatori per il professionista e definire il procedimento senza procedere all’accertamento dell’infrazione.

- 8.** L'Autorità, se ritiene la pratica commerciale scorretta, vieta la diffusione, qualora non ancora portata a conoscenza del pubblico, o la continuazione, qualora la pratica sia già iniziata. Con il medesimo provvedimento può essere disposta, a cura e spese del professionista, la pubblicazione della delibera, anche per estratto, ovvero di un'apposita dichiarazione rettificativa, in modo da impedire che le pratiche commerciali scorrette continuino a produrre effetti.
  - 9.** Con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone inoltre l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000,00 euro a 500.000,00 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. Nel caso di pratiche commerciali scorrette ai sensi dell'articolo 21, commi 3 e 4, la sanzione non può essere inferiore a 50.000,00 euro.
  - 10.** Nei casi riguardanti comunicazioni commerciali inserite sulle confezioni di prodotti, l'Autorità, nell'adottare i provvedimenti indicati nei commi 3 e 8, assegna per la loro esecuzione un termine che tenga conto dei tempi tecnici necessari per l'adeguamento.
  - 11.** L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, con proprio regolamento, disciplina la procedura istruttoria, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione.
  - 12.** In caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti di cui ai commi 3, 8 e 10 ed in caso di mancato rispetto degli impegni assunti ai sensi del comma 7, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.
  - 13.** I ricorsi avverso le decisioni adottate dall'Autorità sono soggetti alla giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo. Per le sanzioni amministrative pecuniarie conseguenti alle violazioni del presente decreto si osservano, in quanto applicabili, le disposizioni contenute nel capo I, sezione I, e negli articoli 26, 27, 28 e 29 della legge 24 novembre 1981, n. 689, e successive modificazioni. Il pagamento delle sanzioni amministrative di cui al presente articolo deve essere effettuato entro trenta giorni dalla notifica del provvedimento dell'Autorità.
  - 14.** Ove la pratica commerciale sia stata assentita con provvedimento amministrativo, preordinato anche alla verifica del carattere non scorretto della stessa, la tutela dei soggetti e delle organizzazioni che vi abbiano interesse, è esperibile in via giurisdizionale con ricorso al giudice amministrativo avverso il predetto provvedimento.
  - 15.** È comunque fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario in materia di atti di concorrenza sleale, a norma dell'articolo 2598 del codice civile, nonché, per quanto concerne la pubblicità comparativa, in materia di atti compiuti in violazione della disciplina sul diritto d'autore protetto dalla legge 22 aprile 1941, n. 633, e successive modificazioni, e dei marchi d'impresa protetto a norma del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, e successive modificazioni, nonché delle denominazioni di origine riconosciute e protette in Italia e di altri segni distintivi di imprese, beni e servizi concorrenti.
- 2.** Al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del consumo", dopo l'articolo 27, come modificato dal presente decreto legislativo, sono inseriti i seguenti:



**Art. 27-bis. Codici di condotta**

1. *Le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali e professionali possono adottare, in relazione a una o più pratiche commerciali o ad uno o più settori imprenditoriali specifici, appositi codici di condotta che definiscono il comportamento dei professionisti che si impegnano a rispettare tali codici con l'indicazione del soggetto responsabile o dell'organismo incaricato del controllo della loro applicazione.*
2. *Il codice di condotta è redatto in lingua italiana e inglese ed è reso accessibile dal soggetto o organismo responsabile al consumatore, anche per via telematica.*
3. *Nella redazione di codici di condotta deve essere garantita almeno la protezione dei minori e salvaguardata la dignità umana.*
4. *I codici di condotta di cui al comma 1 sono comunicati, per la relativa adesione, agli operatori dei rispettivi settori e conservati ed aggiornati a cura del responsabile del codice, con l'indicazione degli aderenti.*
5. *Dell'esistenza del codice di condotta, dei suoi contenuti e dell'adesione il professionista deve preventivamente informare i consumatori.*

**Art. 27-ter. Autodisciplina**

1. *I consumatori, i concorrenti, anche tramite le loro associazioni o organizzazioni, prima di avviare la procedura di cui all'articolo 27, possono convenire con il professionista di adire preventivamente, il soggetto responsabile o l'organismo incaricato del controllo del codice di condotta relativo ad uno specifico settore la risoluzione concordata della controversia volta a vietare o a far cessare la continuazione della pratica commerciale scorretta.*
2. *In ogni caso il ricorso ai sensi del presente articolo, qualunque sia l'esito della procedura, non pregiudica il diritto del consumatore di adire l'Autorità, ai sensi dell'articolo 27, o il giudice competente.*
3. *Iniziata la procedura davanti ad un organismo di autodisciplina, le parti possono convenire di astenersi dall'adire l'Autorità fino alla pronuncia definitiva, ovvero possono chiedere la sospensione del procedimento innanzi all'Autorità, ove lo stesso sia stato attivato anche da altro soggetto legittimato, in attesa della pronuncia dell'organismo di autodisciplina. L'Autorità, valutate tutte le circostanze, può disporre la sospensione del procedimento per un periodo non superiore a trenta giorni.*

**Art. 27-quater. Oneri di informazione**

1. *L'Autorità garante della concorrenza e del mercato e le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali e professionali di cui all'articolo 27-bis, comunicano periodicamente al Ministero dello sviluppo economico le decisioni adottate ai sensi del presente titolo.*
2. *Il Ministero dello sviluppo economico provvederà affinché sul proprio sito siano disponibili:*
  - a) *le informazioni generali sulle procedure relative ai meccanismi di reclamo e ricorso disponibili in caso di controversie, nonché sui codici di condotta adottati ai sensi dell'articolo 27-bis;*
  - b) *gli estremi delle autorità, organizzazioni o associazioni presso le quali si possono ottenere ulteriori informazioni o assistenza;*
  - c) *gli estremi e la sintesi delle decisioni significative riguardo a controversie, comprese quelle adottate dagli organi di composizione extragiudiziale.*



**3.** La rubrica della parte II del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, è sostituita dalla seguente: “Educazione, informazione, pratiche commerciali, pubblicità”.

**4.** Le denominazioni “capo III” e “sezione I” del titolo III della parte II del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, sono sostituite, rispettivamente, dalle seguenti: “ titolo IV” e “capo I”.

**5.** All’articolo 28, comma 1, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, la parola: “sezione” è sostituita dalla seguente: “capo”.

**1.** L’articolo 57 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, è sostituito dal seguente:

**Art. 57. Fornitura non richiesta**

- 1.** *Il consumatore non è tenuto ad alcuna prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta. In ogni caso l’assenza di risposta non implica consenso del consumatore.*
- 2.** *Salve le sanzioni previste dall’articolo 62, ogni fornitura non richiesta di cui al presente articolo costituisce pratica commerciale scorretta ai sensi del titolo III, capo II.”.*

**1.** L’articolo 14 del decreto legislativo 19 agosto 2005, n. 190, è sostituito dal seguente:

**Art. 14 Servizi non richiesti**

- 1.** *Il consumatore non è tenuto ad alcuna prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta. L’assenza di risposta non implica consenso del consumatore.*
- 2.** *Salve le sanzioni previste dall’articolo 16, ogni servizio non richiesto di cui al presente articolo costituisce pratica commerciale scorretta ai sensi del titolo III, capo II del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “Codice del consumo”.*

**1.** Il regolamento previsto dall’articolo 27, comma 11, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “Codice del consumo”, è emanato entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto legislativo.

**1.** Dalla data di entrata in vigore del presente decreto legislativo gli articoli 5, comma 1, e 7, della legge 17 agosto 2005, n. 173, recante disciplina della vendita diretta a domicilio e tutela del consumatore dalle forme di vendita piramidali, sono abrogati nella parte in cui riguardano forme di vendita piramidali tra consumatori e professionisti come definite all’articolo 23, comma 1, lettera p), del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo in cui è previsto o ipotizzabile un contributo da parte di un consu-

**Art. 2**

**Fornitura non richiesta nei contratti a distanza**

**Art. 3.**

**Servizi non richiesti nella commercializzazione a distanza di servizi finanziari**

**Art. 4.**

**Regolamento di attuazione**

**Art. 5.**

**Disposizioni finali**



matore come definito dall'articolo 18, comma 1, lettera a), del predetto codice. I suddetti articoli 5, comma 1, e 7, restano applicabili pertanto alle forme di promozione piramidale che coinvolgono qualsiasi persona fisica o giuridica che agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale.

- Art. 6.** **Neutralità finanziaria** **1.** Dall'attuazione del presente decreto non devono derivare nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica.

Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Dato a Roma, addì 2 agosto 2007

NAPOLITANO

Prodi, Presidente del Consiglio dei Ministri

Bonino, Ministro per le politiche europee

Bersani, Ministro dello sviluppo economico

D'Alema, Ministro degli affari esteri

Mastella, Ministro della giustizia

Padoa Schioppa, Ministro dell'economia e delle finanze

Visto, il Guardasigilli: Mastella



PRATICHE COMMERCIALI SLEALI: IL D. LGS. 145/2007

# Che cosa cambia nella direttiva sulla pubblicità ingannevole

DECRETO LEGISLATIVO 2 Agosto 2007, n. 145

Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole.  
(GU n. 207 del 6-9-2007) testo in vigore dal: 21-9-2007

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

**VISTI** gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

**VISTO** l'articolo 14, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400;

**VISTA** la legge 25 gennaio 2006, n. 29, recante "Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - legge comunitaria 2005", ed in particolare l'articolo 1 e l'allegato A;

**VISTA** la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio nonché il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio ("direttiva sulle pratiche commerciali sleali"), ed in particolare l'articolo 14;

**VISTA** la direttiva 2006/114/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa (versione codificata);

**VISTO** il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo;

**VISTA** la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 27 luglio 2007;

Sulla proposta del Ministro per le politiche europee e del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con i Ministri degli affari esteri, della giustizia e dell'economia e delle finanze;

DOCUMENTI



EMANA il seguente decreto legislativo:

- Art. 1**  
**Finalità**
1. Le disposizioni del presente decreto legislativo hanno lo scopo di tutelare i professionisti dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali, nonché di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.
  2. La pubblicità deve essere palese, veritiera e corretta.

- Art. 2**  
**Definizioni**
1. Ai fini del presente decreto legislativo si intende per:
    - a) pubblicità: qualsiasi forma di messaggio che è diffuso, in qualsiasi modo, nell'esercizio di un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale allo scopo di promuovere il trasferimento di beni mobili o immobili, la prestazione di opere o di servizi oppure la costituzione o il trasferimento di diritti ed obblighi su di essi;
    - b) pubblicità ingannevole: qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione è idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente;
    - c) professionista: qualsiasi persona fisica o giuridica che agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale; e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista;
    - d) pubblicità comparativa: qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente;
    - e) operatore pubblicitario: il committente del messaggio pubblicitario ed il suo autore, nonché, nel caso in cui non consenta all'identificazione di costoro, il proprietario del mezzo con cui il messaggio pubblicitario è diffuso ovvero il responsabile della programmazione radiofonica o televisiva.

- Art. 3**  
**Elementi di valutazione**
1. Per determinare se la pubblicità è ingannevole se ne devono considerare tutti gli elementi, con riguardo in particolare ai suoi riferimenti:
    - a) alle caratteristiche dei beni o dei servizi, quali la loro disponibilità, la natura, l'esecuzione, la composizione, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, l'idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l'origine geografica o commerciale, o i risultati che si possono ottenere con il loro uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove o controlli effettuati sui beni o sui servizi;
    - b) al prezzo o al modo in cui questo è calcolato ed alle condizioni alle quali i beni o i servizi sono forniti;
    - c) alla categoria, alle qualifiche e ai diritti dell'operatore pubblicitario, quali l'identità, il patrimonio, le capacità, i diritti di proprietà intellettuale e industriale, ogni altro diritto su beni immateriali relativi all'impresa ed i premi o riconoscimenti.





**1.** Per quanto riguarda il confronto, la pubblicità comparativa è lecita se sono soddisfatte le seguenti condizioni:

**a)** non è ingannevole ai sensi del presente decreto legislativo o degli articoli 21, 22 e 23 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “Codice del consumo”;

**b)** confronta beni o servizi che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi;

**c)** confronta oggettivamente una o più caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili e rappresentative, compreso eventualmente il prezzo, di tali beni e servizi;

**d)** non ingenera confusione sul mercato tra i professionisti o tra l'operatore pubblicitario ed un concorrente o tra i marchi, le denominazioni commerciali, altri segni distintivi, i beni o i servizi dell'operatore pubblicitario e quelli di un concorrente;

**e)** non causa discredito o denigrazione di marchi, denominazioni commerciali, altri segni distintivi, beni, servizi, attività o posizione di un concorrente;

**f)** per i prodotti recanti denominazione di origine, si riferisce in ogni caso a prodotti aventi la stessa denominazione;

**g)** non trae indebitamente vantaggio dalla notorietà connessa al marchio, alla denominazione commerciale ovvero ad altro segno distintivo di un concorrente o alle denominazioni di origine di prodotti concorrenti;

**h)** non presenta un bene o un servizio come imitazione o contraffazione di beni o servizi protetti da un marchio o da una denominazione commerciale depositati.

**2.** Il requisito della verificabilità di cui al comma 1, lettera c), si intende soddisfatto quando i dati adottati ad illustrazione della caratteristica del bene o servizio pubblicizzato sono suscettibili di dimostrazione.

**3.** Qualunque raffronto che fa riferimento a un'offerta speciale deve indicare in modo chiaro e non equivoco il termine finale dell'offerta oppure, nel caso in cui l'offerta speciale non sia ancora avviata, la data di inizio del periodo nel corso del quale si applicano il prezzo speciale o altre condizioni particolari o, se del caso, che l'offerta speciale dipende dalla disponibilità dei beni e servizi.

#### **Art. 4**

#### **Condizioni di liceità della pubblicità comparativa**



**1.** La pubblicità deve essere chiaramente riconoscibile come tale. La pubblicità a mezzo di stampa deve essere distinguibile dalle altre forme di comunicazione al pubblico, con modalità grafiche di evidente percezione.

**2.** I termini “garanzia”, “garantito” e simili possono essere usati solo se accompagnati dalla precisazione del contenuto e delle modalità della garanzia offerta. Quando la brevità del messaggio pubblicitario non consente di riportare integralmente tali precisazioni, il riferimento sintetico al contenuto ed alle modalità della garanzia offerta deve essere integrato dall'esplicito rinvio ad un testo facilmente conoscibile dal consumatore in cui siano riportate integralmente le precisazioni medesime.

**3.** È vietata ogni forma di pubblicità subliminale.

#### **Art. 5**

#### **Trasparenza della pubblicità**





**Art. 6**  
Pubblicità di prodotti  
pericolosi per la salute  
e la sicurezza

1. È considerata ingannevole la pubblicità che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei soggetti che essa raggiunge, omette di darne notizia in modo da indurre tali soggetti a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.

**Art. 7**  
Bambini e adolescenti

1. È considerata ingannevole la pubblicità che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, abusa della loro naturale credulità o mancanza di esperienza o che, impiegando bambini ed adolescenti in messaggi pubblicitari, fermo quanto disposto dall'articolo 10 della legge 3 maggio 2004, n. 112, abusa dei naturali sentimenti degli adulti per i più giovani.
2. È considerata ingannevole la pubblicità, che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, può, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza.

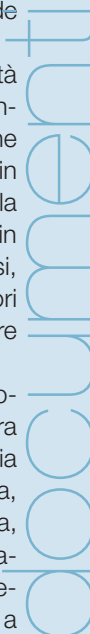
**Art. 8**  
Tutela amministrativa e  
giurisdizionale

1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, di seguito chiamata Autorità, esercita le attribuzioni disciplinate dal presente articolo.
2. L'Autorità, d'ufficio o su istanza di ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse, inibisce la continuazione ed elimina gli effetti della pubblicità ingannevole e comparativa illecita. Per lo svolgimento dei compiti di cui al comma 1, l'Autorità può avvalersi della Guardia di Finanza che agisce con i poteri ad essa attribuiti per l'accertamento dell'imposta sul valore aggiunto e dell'imposta sui redditi.
3. L'Autorità può disporre con provvedimento motivato la sospensione provvisoria della pubblicità ingannevole e comparativa illecita in caso di particolare urgenza. In ogni caso, comunica l'apertura dell'istruttoria al professionista e, se il committente non è conosciuto, può richiedere al proprietario del mezzo che ha diffuso il messaggio pubblicitario ogni informazione idonea ad identificarlo. L'Autorità può, altresì, richiedere ad ogni soggetto le informazioni ed i documenti rilevanti al fine dell'accertamento dell'infrazione. Si applicano le disposizioni previste dall'articolo 14, commi 2, 3 e 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287.
4. In caso di inottemperanza, senza giustificato motivo, a quanto disposto dall'Autorità ai sensi dell'articolo 14, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000,00 euro a 20.000,00 euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000,00 euro a 40.000,00 euro.
5. L'Autorità può disporre che il professionista fornisca prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto contenuti nella pubblicità se, tenuto conto dei diritti o degli interessi legittimi del professionista e di qualsiasi altra parte nel procedimento, tale esigenza risulti giustificata, date le circostanze del caso specifico. Se tale prova è omessa o viene ritenuta insufficiente, i dati di fatto sono considerati inesatti.
6. Quando la pubblicità è stata o deve essere diffusa attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro



mezzo di telecomunicazione, l'Autorità, prima di provvedere, richiede il parere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

- 7.** Ad eccezione dei casi di manifesta scorrettezza e gravità l'Autorità può ottenere dal professionista responsabile della pubblicità ingannevole e comparativa illecita l'assunzione dell'impegno a porre fine all'infrazione, cessando la diffusione della stessa o modificandola in modo da eliminare i profili di illegittimità. L'Autorità può disporre la pubblicazione della dichiarazione di assunzione dell'impegno in questione, a cura e spese del professionista. In tali ipotesi, l'Autorità, valutata l'idoneità di tali impegni, può renderli obbligatori per il professionista e definire il procedimento senza procedere all'accertamento dell'infrazione.
- 8.** L'Autorità, se ritiene la pubblicità ingannevole o il messaggio di pubblicità comparativa illecito, vieta la diffusione, qualora non ancora portata a conoscenza del pubblico, o la continuazione, qualora sia già iniziata. Con il medesimo provvedimento può essere disposta, a cura e spese del professionista, la pubblicazione della delibera, anche per estratto, nonché, eventualmente, di un'apposita dichiarazione rettificativa in modo da impedire che la pubblicità ingannevole o il messaggio di pubblicità comparativa illecito continuino a produrre effetti.
- 9.** Con il provvedimento che vieta la diffusione della pubblicità, l'Autorità dispone inoltre l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000,00 euro a 500.000,00 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. Nel caso di pubblicità che possono comportare un pericolo per la salute o la sicurezza, nonché suscettibili di raggiungere, direttamente o indirettamente, minori o adolescenti, la sanzione non può essere inferiore a 50.000,00 euro.
- 10.** Nei casi riguardanti pubblicità inserite sulle confezioni di prodotti, l'Autorità, nell'adottare i provvedimenti indicati nei commi 3 e 8, assegna per la loro esecuzione un termine che tenga conto dei tempi tecnici necessari per l'adeguamento.
- 11.** L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, con proprio regolamento, da emanarsi entro novanta giorni dalla data di pubblicazione del presente decreto legislativo, disciplina la procedura istruttoria, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione.
- 12.** In caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti di cui ai commi 3, 8 e 10 ed in caso di mancato rispetto degli impegni assunti ai sensi del comma 7, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000,00 a 150.000,00 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.
- 13.** I ricorsi avverso le decisioni adottate dall'Autorità sono soggetti alla giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo. Per le sanzioni amministrative pecuniarie conseguenti alle violazioni del presente decreto si osservano, in quanto applicabili, le disposizioni contenu-





te nel capo I, sezione I, e negli articoli 26, 27, 28 e 29 della legge 24 novembre 1981, n. 689, e successive modificazioni. Il pagamento delle sanzioni amministrative di cui al presente articolo deve essere effettuato entro trenta giorni dalla notifica del provvedimento dell'Autorità.

14. Ove la pubblicità sia stata assentita con provvedimento amministrativo, preordinato anche alla verifica del carattere non ingannevole della stessa o di liceità del messaggio di pubblicità comparativa, la tutela dei soggetti e delle organizzazioni che vi abbiano interesse, è esperibile in via giurisdizionale con ricorso al giudice amministrativo avverso il predetto provvedimento.
15. È comunque fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario in materia di atti di concorrenza sleale, a norma dell'articolo 2598 del codice civile, nonché, per quanto concerne la pubblicità comparativa, in materia di atti compiuti in violazione della disciplina sul diritto d'autore protetto dalla legge 22 aprile 1941, n. 633, e successive modificazioni, e del marchio d'impresa protetto a norma del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, e successive modificazioni, nonché delle denominazioni di origine riconosciute e protette in Italia e di altri segni distintivi di imprese, beni e servizi concorrenti.
16. Al fine di consentire l'esercizio delle competenze disciplinate dal presente decreto, il numero dei posti previsti per la pianta organica del personale di ruolo dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato dall'articolo 11, comma 1, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, è incrementato di venti unità, di cui due di livello dirigenziale. Ai medesimi fini, è altresì incrementato di dieci unità il numero dei contratti di cui all'articolo 11, comma 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, e l'Autorità potrà avvalersi dell'istituto del comando per un contingente di dieci unità di personale. Agli oneri finanziari derivanti dalla presente disposizione si farà fronte con le risorse raccolte ai sensi dell'articolo 10, comma 7-bis, della legge 10 ottobre 1990, n. 287.

documenti

#### **Art. 9** Autodisciplina

1. Le parti interessate possono richiedere che sia inibita la continuazione degli atti di pubblicità ingannevole o di pubblicità comparativa ritenuta illecita, ricorrendo ad organismi volontari e autonomi di autodisciplina.
2. Iniziata la procedura davanti ad un organismo di autodisciplina, le parti possono convenire di astenersi dall'adire l'Autorità fino alla pronuncia definitiva, ovvero possono chiedere la sospensione del procedimento innanzi all'Autorità, ove lo stesso sia stato attivato, anche da altro soggetto legittimato, in attesa della pronuncia dell'organismo di autodisciplina. L'Autorità, valutate tutte le circostanze, può disporre la sospensione del procedimento per un periodo non superiore a trenta giorni.

#### **Art. 10** Neutralità finanziaria

1. Dall'attuazione del presente decreto non devono derivare nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica.



Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Dato a Roma, addì 2 agosto 2007

NAPOLITANO

Prodi, Presidente del Consiglio dei Ministri

Bonino, Ministro per le politiche europee

Bersani, Ministro dello sviluppo economico

D'Alema, Ministro degli affari esteri

Mastella, Ministro della giustizia

Padoa Schioppa, Ministro dell'economia e delle finanze

Visto, il Guardasigilli: Mastella

documenti



## SICUREZZA PRODOTTI

# L'attività 2006-2007 e il caso Mattel

Ministero dello Sviluppo Economico  
DIREZIONE GENERALE ARMONIZZAZIONE DEL MERCATO  
E TUTELA DEI CONSUMATORI  
Ufficio D4 Sicurezza e Conformità dei prodotti

## Caso Mattel: Rapporto sull'attività svolta in Italia

### 1° Richiamo volontario di prodotti pericolosi

In data 2 agosto 2007 la casa madre americana Mattel ha richiamato volontariamente dal mercato mondiale 83 tipologie diverse di giocattoli fabbricati in Cina per un totale di circa 20 milioni di pezzi. I prodotti commercializzati recavano tutti il marchio Fisher-Price e tutti presentavano un rischio chimico legato alla presenza di vernici non conformi contenenti un elevato livello di piombo. In data 3 agosto 2007 la Gran Bretagna ha allertato i paesi dell'UE tramite la Commissione attivando il sistema di allerta comunitario Rapex. I prodotti oggetto del richiamo non risultano commercializzati nel territorio italiano.

### Azioni promosse dal Ministero dello Sviluppo economico (1° Richiamo)

In data 3 agosto 2007 il Ministero dello Sviluppo economico (Mse) ha reso noto, con comunicato stampa, di aver convocato l'azienda Mattel Italy per il 6 agosto 2007 e di essere in procinto di attivare le relative procedure di controllo in sede nazionale. In data 3 agosto 2007 la Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori (Dgamtc), quale punto di contatto nazionale del Rapex, ha informato la Commissione europea di aver allertato le Autorità di controllo nazionali per verificare la effettiva non presenza sul territorio italiano delle 83 tipologie di giocattoli richiamati. In data 6 agosto 2007 la Dgamtc ha convocato la Guardia di Finanza - Nucleo Speciale tutela mercati, il Ministero della Salute - Direzione generale prevenzione - e la Mattel Italy per acquisire informazioni e dati dalla predetta società. Ad esito della riunione la Direzione attivava due programmi di intervento:

- Un primo intervento operativo ha previsto l'attivazione della Guardia di Finanza - Nucleo Speciale tutela mercati - per controlli sul mercato nazionale da effettuarsi a campione con riferimento *in primis* alle 83 tipologie segnalate su tutti i canali di vendita (riferimenti forniti dalla Mattel Italy) da estendersi sulla produzione Mattel di prodotti



simili “made in China” e tramite l’attivazione del Ministero della Salute per indagini attraverso i NAS sia su giocattoli di marca Mattel che su giocattoli “made in China” contenenti piombo.

- Un secondo programma di controllo preventivo sul territorio nazionale per il tramite operativo del Nucleo Speciale tutela mercati della Guardia di Finanza, da effettuarsi nel periodo precedente le festività natalizie, con particolare riferimento a tutti gli articoli di produzione cinese (*in primis* quelli con potenziale rischio chimico).

## 2° Richiamo volontario di prodotti pericolosi

In data 15 agosto 2007 viene effettuato tramite il Rapex un secondo richiamo da parte della casa madre americana Mattel. I prodotti interessati dal secondo richiamo risultano essere di due tipologie di giocattoli a rischio chimico, come per quelli oggetto del primo richiamo e 68 tipologie di giocattoli a rischio meccanico (pericolo di ingestione di calamite). I giocattoli del secondo richiamo, a differenza del primo richiamo, risultano presenti in Italia.

### Azioni promosse dal Ministero dello Sviluppo economico (2° Richiamo)

In data 16 agosto 2007 la Dgamtc ha incaricato la Guardia di Finanza - Nucleo Speciale tutela mercati - di procedere a un controllo mirato presso l’unico magazzino di stoccaggio presente in Italia, nonché ai relativi sequestri per gli articoli eventualmente rinvenuti e di fornire i risultati di un controllo riferito ad altri articoli di giocattoli a marchio Mattel e Fisher-Price, risultanti “made in China”, non rientranti nei prodotti soggetti ai due richiami. Il 17 agosto il Nucleo della Guardia di Finanza procede al sequestro di oltre 90.000 pezzi e al prelevamento di campioni di prodotti con codice diverso da quelli richiamati per l’esecuzione di spedite analisi di laboratorio.

In data 23 agosto 2007 la Dgamtc ha dato riscontro alle due notifiche comunitarie, comunicando che nel territorio italiano, secondo i dati forniti dalla Mattel Italy, sono presenti rispettivamente 28.611 prodotti delle due tipologie di giocattoli contenenti un elevato livello di piombo e 464.637 prodotti delle 68 tipologie di giocattoli con rischio meccanico causato dal distacco di parti magnetiche. Nel periodo 27-31 agosto si ha notizia dei sequestri effettuati dai NAS, su incarico del Ministero della Salute, per circa 500 pezzi in varie località d’Italia. In data 28 agosto 2007 la Dgamtc ha dato ulteriore comunicazione alla Commissione europea tramite reazione Rapex, aggiornandola sui primi sequestri effettuati sul territorio italiano (3.142 Barbie Doll & Tanner).

In data 31 agosto 2007 la Dgamtc ha indetto una riunione di coordinamento con la partecipazione della Guardia di Finanza - Nucleo Speciale tutela mercati; Ministero della Salute - Direzione generale prevenzione; Istituto superiore di sanità e Agenzia Centrale delle Dogane, per un primo riscontro dei risultati dei controlli finora effettuati. Dalla riunione è emerso quanto segue: le autorità presenti si sono impegnate a fornire entro il 20 settembre dei *reports* sulle attività ordinarie effettuate annualmente sul prodotto “giocattolo”; entro la fine di settembre verranno rese note, a mezzo di conferenza stampa congiunta con le Amministrazioni interessate, le risultanze delle operazioni svolte sul





caso Mattel; è stato rinnovato l'impegno ad eseguire un programma di controllo generalizzato in vista del periodo natalizio su articoli di giocattoli non ricadenti nei richiami sopra specificati.

### 3° Richiamo volontario di prodotti pericolosi

In data 5 settembre 2007 viene effettuato tramite il Rapex un terzo richiamo da parte della casa madre americana Mattel. I prodotti interessati dal terzo richiamo risultano essere 11, per i quali sono state utilizzate vernici non conformi, contenenti livelli di piombo non consentiti. Si tratta di 8 accessori della linea Barbie e 3 giocattoli Fisher-Price. Nessuna bambola Barbie è compresa nel richiamo. In Italia i giochi oggetto di questo richiamo volontario sono 7.

#### **Azioni promosse dal Ministero dello Sviluppo economico (3° Richiamo)**

Attivate tutte le Autorità di controllo, come nel secondo richiamo.

In data 7 settembre 2007 viene effettuata tramite il Rapex la reazione alla notifica 0914/07 relativa al terzo richiamo. Il Nucleo polizia tributaria di Novara della Gdf ha sottoposto a sequestro 180 giocattoli Mattel Inc. In data 12 settembre 2007, presso la Dgamtc, si è riunito il Gruppo di lavoro "Sicurezza dei prodotti" del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti, per discutere del caso Mattel. La Direzione ha chiesto alle associazioni intervenute una collaborazione più attiva nei controlli del territorio, individuando concordemente un monitoraggio a campione dei punti vendita di 3-4 città italiane fra Nord, Centro, Sud e Isole, in modo da verificare se realmente la Mattel ha ritirato dal mercato tutti prodotti dichiarati non sicuri. Tale monitoraggio dovrà essere effettuato entro il prossimo 20 novembre e i dati dovranno essere forniti all'Ufficio D4, entro il 30 novembre successivo.

A seguito di incontri tenuti, tutti presso il Mse, la Dgamtc ha creato un sistema colloquiale con l'Agenzia delle Dogane, la Guardia di Finanza e il Ministero della Salute, pervenendo ai seguenti risultati:

### Esiti delle azioni di controllo intraprese

#### **a) Agenzia delle Dogane**

Importazione di giocattoli Mattel dalla Cina dal 20 agosto 2007 al 20 settembre 2007.

Tutte le operazioni di importazione sono state svolte effettuando il controllo fisico delle merci preceduto dal controllo documentale esteso ai certificati di conformità attestanti il superamento delle prove di verifica del rispetto dei requisiti di sicurezza dei giocattoli. Le dogane interessate dalle operazioni, di cui si riferisce più sotto in dettaglio, sono state la Sezione operativa territoriale (SOT) di Genova Voltri, la Sezione operativa territoriale (SOT) di Genova Passo Nuovo e la SOT di Arona (NO).

**Dogana di Genova.** Nel mese considerato sono state presentate in dogana 71 dichiarazioni per 109 containers riconducibili alla ditta Mattel Italy s.r.l. Di queste, 64 sono state oggetto di vincolo al regime di transito comunitario con destinazione delle spedizioni alla Sezione operati-



va territoriale (SOT) di Arona - competente per i controlli in relazione alla sede legale della ditta - mentre per i rimanenti sette, cinque sono stati dichiarati alla SOT di Voltri e due sono ancora in temporanea custodia presso la SOT Passo Nuovo. Attualmente sono fermi a Genova sette containers per i quali sono in corso le attività di verifica a seguito della dichiarazione della ditta Mattel Italy srl, che ha fatto conoscere che in tali containers sono presenti in parte i giocattoli pericolosi oggetto di richiamo volontario.

In uno dei container sottoposti a verifica presso la SOT di Voltri sono state rinvenute confezioni contenenti due macchinine di cui una dichiarata dal produttore sicura e una pericolosa; per tale circostanza sono in corso approfondimenti in contraddittorio con i rappresentanti della ditta importatrice. Al termine delle operazioni di verifica, per i giocattoli "pericolosi" sono in corso le previste misure inibitorie dell'immissione sul mercato.

**Dogana di Arona (NO).** Presso la SOT di Arona (NO), sono state dichiarate 196 operazioni di importazione di container contenenti esclusivamente giocattoli Mattel dalla Cina. Tutte le spedizioni sono state assoggettate a controllo fisico non rinvenendo i giocattoli pericolosi oggetto della misura volontaria del ritiro dal mercato da parte del produttore. Per tutti i giocattoli presentati dalla Mattel Italy srl all'importazione sono state esaminate le certificazioni e acquisiti a scandaglio i "Test report" relativi. Nei casi dubbi è stato informato il Mse, nei modi previsti dal "Manuale Procedurale per i controlli in materia di sicurezza dei prodotti" che sulla base del controllo documentale, per tre operazioni, ha autorizzato lo svincolo della merce non sussistendo motivi ostativi alla libera circolazione in ambito comunitario.

## b) Guardia di Finanza

La Guardia di Finanza in Italia è forza di polizia economica

### Totale pezzi sequestrati: 133.015

così suddivisi per codice e per data di intervento:

in data 17 agosto 2007, n. 91.781 pezzi dei seguenti giocattoli:

- ▶ "Barbie Doll & Tanner" (cod. J9472);
- ▶ "Vehicles Cars Movie Moments" (codice H6418);
- ▶ "Pixar Cars Charter Assortment" (codice H6405);

in data 23 agosto 2007, n. 1501 pezzi dei seguenti giocattoli:

- ▶ "Polly Word Musicalnadia" (art. J1681);
- ▶ "Polly Poket Ora È Musica Sprint" (art. J9964);
- ▶ "Polly Poket Assort Musiclandia" (art. J1682);
- ▶ "Polly Poket Gioielli Fai da Te" (G8615);
- ▶ "Polly Poket Musicbus" (codice K3460);
- ▶ "Polly Poket Porta Oggetti" (J9646);
- ▶ "Polly Poket Music Disco" (codice J1687);

in data 5 settembre 2007, n. 180 pezzi dei seguenti giocattoli:

- ▶ "Tavolo e sedie" (codice K8606);
- ▶ "La Scrivania" (codice K8609);





- ▶ “Il bagno” (codice K8607);
- ▶ “Futon e tavolo” (codice K8608);
- ▶ “Il salotto” (codice K8613);
- ▶ giocattoli con codici K8611 e K8612 (non presenti nella lista di giochi segnalati dalla Mattel).

Sono stati sottoposti a sequestro penale, in data 19 settembre 2007, n. 31 pezzi di giocattoli FILMORE & SARGE (codice L6294) e n. 98 pezzi SARGE (codice H6405);

- ▶ sequestro ex L. 689/81, in data 24 settembre 2007, n. 39.424 pezzi (codici vari, segnalati dalla Mattel).

### C) Carabinieri-NAS

(Nucleo antisofisticazioni dipendenti dal Ministero della Salute)

**Effettuati sette sequestri per un TOTALE di n. 1.349 pezzi**

### D) Prodotti sottoposti a prove di laboratorio

Campioni di giocattoli sottoposti a sequestro sono stati sottoposti a prove tecniche di laboratorio da parte dell'Istituto superiore di sanità.

19 giocattoli, con distinti codici identificativi, sono stati esaminati per il controllo della presenza di magneti.

2 giocattoli, con distinti codici identificativi analizzati per il controllo del piombo, sono tuttora sotto esame.

Sono tuttora in corso prove di laboratorio di campioni di giocattolo inviati ad alcuni degli Organismi notificati italiani sulla Direttiva giocattoli.

Il presente rapporto è stato redatto con le informazioni rese disponibili al 20 settembre 2007 dalle autorità indicate.

Il Ministero si riserva di inoltrare successive integrazioni.  
Roma, 27 settembre 2007

Si allega al presente rapporto una nota riepilogativa delle azioni intraprese dall'Italia nell'arco temporale 2006/2007 sul tema della sicurezza dei prodotti. (vedi pagina 91 e seguenti)



## Attività svolta nel periodo 2006/2007

### RAPEX (Sistema di Allerta Comunitario)

Visti i risultati, nel 2006, del numero di notifiche effettuate dall'Italia nell'alimentare il sistema Rapex, appena 6 notifiche su un totale di 924, la Commissione Europea aveva invitato il nostro Paese ad intensificare la partecipazione al sistema. Già dai primi incontri tra la Commissione ed il Governo italiano, erano state rappresentate da un lato una sollecitazione al miglioramento delle *performances* italiane rispetto all'alimentazione del sistema e, dall'altro, una presa di responsabilità da parte del Mse di migliorare e rafforzare i controlli sul mercato per individuare la presenza di prodotti pericolosi.

I punti di seguito elencati, dimostrano i risultati ottenuti dal rafforzamento dei controlli nel periodo Gennaio/Luglio 2007, nonché la volontà di migliorare le procedure in ambito nazionale delle autorità preposte al monitoraggio del mercato.

- ▶ **34** notifiche inviate alla U.E. per rischio grave;
- ▶ **3** notifiche per rischio grave in attesa di validazione della notifica da parte degli Uffici della Commissione;
- ▶ **6** notifiche inviate ma trasformate in reazioni da parte della Commissione in quanto già notificate da altri Stati membri;
- ▶ **16** notifiche per prodotti a rischio non grave e immesse nel circuito a soli fini di informazione.

Dal 4/12/2006 hanno ottenuto postazioni di accesso al sistema la Guardia di Finanza e l'Agenzia delle Dogane. Ciò dovrebbe consentire una circolazione delle informazioni caricate nel sistema in tempi contemporanei da parte delle tre autorità di controllo. Attraverso tale accorgimento il Mse potrà contare sulla collaborazione dei soggetti indicati a prescindere da un *input* dell'Ufficio responsabile della gestione del circuito. I primi risultati sono già pervenuti ed hanno consentito di verificare la veridicità delle dichiarazioni di produttori ed importatori chiamati a dichiarare se il prodotto oggetto di notifica è presente o meno sul mercato nazionale.

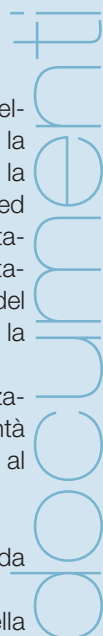
### PROVEDIMENTI RESTRITTIVI

Nell'arco temporale 1/01/2007-31/08/2007 l'Ufficio competente, in relazione alle funzioni di controllo di sicurezza e di conformità dei prodotti destinati al consumatore ha adottato circa 50 provvedimenti restrittivi per prodotti ritenuti pericolosi. Nello specifico, si tratta di ritiri dal mercato, divieti di commercializzazione e divieti di immissione di prodotti presentati all'importazione.

L'elenco dei prodotti oggetto di provvedimenti amministrativi è consultabile sul sito web [http://www.sviluppoeconomico.gov.it/organigramma/documento.php?id=4084&sezione=organigramma&gruppo=&tema\\_dir=tema2](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/organigramma/documento.php?id=4084&sezione=organigramma&gruppo=&tema_dir=tema2) in seguito cliccare su file allegato: [phpXrZclA.pdf](#)

### RECEPIMENTO DECISIONE ACCENDINI

In data 27/08/07 è stato pubblicato in G.U. il decreto 10 agosto 2007, firmato dal Ministro dello Sviluppo economico d'intesa con il Ministro





dell'Economia e delle Finanze che attua la decisione 2006/502/CE dell'11 maggio 2006 "che prescrive agli Stati membri di adottare provvedimenti per assicurare che siano immessi sul mercato esclusivamente accendini a prova di bambino e di proibire la commercializzazione di accendini di fantasia".

Il decreto sancisce, da un lato, il divieto per produttori ed importatori di immettere sul mercato nazionale accendini di fantasia e accendini usa e getta privi di meccanismo di sicurezza per i bambini fin dall'11 marzo 2007. Sul fronte della commercializzazione, invece, il divieto è previsto a far data dall'11 marzo 2008. Sono già in corso contatti con la Guardia di Finanza per mettere a punto un progetto comune di monitoraggio dell'osservanza del divieto di commercializzazione imposto con la Decisione.

### PROGRAMMI DI PREVENZIONE E CONTROLLO

La collaborazione messa in piedi con la Guardia di Finanza è stata ulteriormente potenziata a seguito della stipula di una convenzione (aprile 2007) con la quale il Mse ha disposto l'utilizzo di un milione e mezzo di euro per l'attività di prevenzione e controllo.

Nel maggio 2007 è stato definito tra il Mse e la Gdf un manuale operativo che fornisce istruzioni al personale della Guardia di Finanza per la sorveglianza del mercato.

Con la Guardia di Finanza sono stati altresì definiti progetti operativi dei quali alcuni avviati già dal 2005:

- ▶ Progetto IGLOO sul settore del condizionamento degli ambienti che ha portato al sequestro di oltre 3.000 pezzi.
- ▶ Progetto GALILEO sul settore dell'occhialeria da sole tuttora in corso.
- ▶ Progetto GIO.CO.SI. sul tema dei giocattoli. Sul settore dei giocattoli la Gdf si è particolarmente impegnata sin dagli inizi della collaborazione con il Mse. Nel 2006 risultano sequestrati circa 700.000 giocattoli non sicuri e circa 14.000.000 giocattoli non sicuri e contraffatti. Nel primo semestre 2007 risultano sequestrati rispettivamente poco più di 1.000.000 di giocattoli non sicuri e poco più di 5.000.000 di giocattoli non sicuri e contraffatti. Sono state già pianificate tra Gdf e Mse azioni di controllo del mercato in previsione del prossimo Natale.
- ▶ Progetto LUCE GIALLA sul settore dell'illuminazione che ha comportato l'individuazione e l'eliminazione dal mercato di prodotti elettrici di illuminazione contraffatti e/o non sicuri per circa 35.000 pezzi.
- ▶ Progetto EOLO (luglio 2007) su ventilatori e condizionatori ad uso domestico per la verifica dei prodotti in termini di sicurezza. Il controllo sui ventilatori ha determinato l'adozione di n. 3 provvedimenti di ritiro dal mercato e di contestuale divieto di commercializzazione. Lo stesso progetto EOLO ha come obiettivo la sorveglianza sulla distribuzione di frigoriferi etichettati come appartenenti alla classe energetica A+. Le indagini tecniche sui condizionatori e sulla correttezza della posizione di targhetta energetica sono in corso di definizione.

La totalità delle azioni intraprese con riferimento a tutti i progetti sopra elencati ha portato alla individuazione di 252 operatori economici come



non rispettosi degli obblighi di legge in fase di produzione/importazione/distribuzione.

### **PROGETTO DI COLLABORAZIONE E SEMPLIFICAZIONE CON L'AGENZIA DELLE DOGANE**

È stato licenziato un nuovo prototipo di scheda di segnalazione telematica di prodotti presentati all'importazione presso le stazioni doganali per facilitare le comunicazioni tra il Mse e le Dogane nella lotta ai prodotti non sicuri.

L'Agenzia delle Dogane ha predisposto su indicazioni del Mse un foglio elettronico di segnalazione di importazione di prodotti che sottoposti a controllo destano sospetti di non conformità. Tale scheda consentirà di avviare in tempi rapidi una apertura di procedimento solo nei casi in cui gli elementi istruttori ivi contenuti permettano di individuare l'operatore economico ed esattamente il prodotto e la normativa cui soggiace.

documenti



LEGGE 244 DEL 24 DICEMBRE 2007

# L'istituzione del Garante per la sorveglianza dei prezzi

Con la nuova Finanziaria (Legge 244 del 24 dicembre 2007), licenziata dalla Camera dei Deputati il 15 dicembre e definitivamente approvata dal Senato il 21 dicembre, è stata introdotta la figura del Garante per la sorveglianza dei prezzi. Riportiamo di seguito il testo dei commi da 196 a 203 dell'articolo 2, che istituiscono questo nuovo ruolo all'interno dell'ordinamento nazionale.

- 196.** Ciascuna camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura rende noto al pubblico il proprio «ufficio prezzi», che riceve segnalazioni e verifica le dinamiche concernenti le variazioni dei prezzi di beni e servizi praticati ai consumatori finali.
- 197.** Lo svolgimento delle attività di verifica di cui al comma 196 può essere disciplinato da convenzioni non onerose stipulate fra le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, i comuni e gli altri enti interessati e la prefettura-ufficio territoriale del Governo, che individuano anche le modalità di rilevazione e di messa a disposizione dei consumatori, anche in forma comparata, delle tariffe e dei prezzi rilevati.
- 198.** Ai fini del comma 197, la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, e successive modificazioni, può disciplinare, d'intesa con l'Unioncamere, l'Associazione nazionale dei comuni italiani (ANCI) e i Ministeri dello sviluppo economico, delle politiche agricole alimentari e forestali, dell'interno e dell'economia e delle finanze, la convenzione tipo e le procedure standard.
- 199.** È istituito presso il Ministero dello sviluppo economico il Garante per la sorveglianza dei prezzi, che sovrintende alla tenuta ed elaborazione delle informazioni richieste agli «uffici prezzi» delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura di cui al comma 196, all'ISTAT, ai competenti uffici del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, nonché, quanto ai servizi di pubblica utilità, alla Presidenza del Consiglio dei ministri - Dipartimento per la programmazione e il coordinamento della politica economica, nonché a renderle note anche in forma compara-



ta e telematica, avvalendosi del «Portale delle imprese», gestito in rete, nell'ambito delle proprie risorse dalle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, che svolge servizio unicamente informativo e assume il nome di «Portale delle imprese, dei consumatori e dei prezzi».

- 200.** Il Garante di cui al comma 199 è nominato con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, su proposta del Ministro dello sviluppo economico, tra i dirigenti di prima fascia del Ministero dello sviluppo economico, si avvale per il proprio funzionamento delle strutture del medesimo Ministero, svolge i compiti di cui ai commi da 196 a 203 senza compenso e mantenendo le proprie funzioni. L'incarico ha la durata di tre anni.
- 201.** Il Garante di cui al comma 199 riferisce le dinamiche e le eventuali anomalie dei prezzi, rilevate ai sensi delle disposizioni di cui ai commi da 196 a 203, al Ministro dello sviluppo economico, che provvede, ove necessario, alla formulazione di segnalazioni all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e di proposte normative.
- 202.** Le informazioni riferite ai prezzi al consumo, anche nominative, sono in ogni caso sottratte alla disciplina di tutela in materia di riservatezza dei dati personali.
- 203.** Alle attività svolte ai sensi dei commi da 196 al presente comma le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura fanno fronte con le risorse umane, finanziarie e strumentali già disponibili a legislazione vigente. Dall'attuazione dei commi da 196 al presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.





## OSSERVATORIO PREZZI

# Dati quantitativi e metodologie utilizzate

L'Osservatorio prezzi realizzato dalla Direzione generale per la concorrenza e i consumatori del Ministero dello Sviluppo economico in collaborazione con l'Istat si basa su un paniere di beni e servizi che rispecchia le voci di spesa più comuni delle famiglie italiane.

Di questi vengono periodicamente rilevati - con frequenza settimanale, bi-settimanale e mensile - i prezzi e le tariffe. Per ogni prodotto vengono rilevati i prezzi medi, minimi e massimi, tenendo conto delle varie fasce di consumo e delle diverse aree territoriali. Le fonti utilizzate dall'Osservatorio sono le seguenti (informazioni tratte dal portale [osservaprezzi.it](http://osservaprezzi.it))

**Indici dei prezzi Istat.** L'Osservatorio prezzi acquisisce ed elabora mensilmente circa 2.000 dati di fonte Istat, con riferimento sia agli indici dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale (base 1995 = 100) che agli indici dei prezzi alla produzione dei prodotti industriali (base 2000 = 100). La consistenza complessiva della banca dati Istat utilizzata dall'Osservatorio comprende per i prezzi al consumo per ogni mese a partire da gennaio 1996:

- ▶ circa 1.300 record per i 12 capitoli di spesa;
- ▶ circa 500 record per 11 tipologie;
- ▶ 80.000 record per 569 posizioni rappresentative.

Per i prezzi alla produzione per ogni mese a partire da gennaio 2001:

- ▶ 7.200 record per 151 prezzi alla produzione.

**Indici dei prezzi al consumo Eurostat.** La banca dati Eurostat - New Cronos comprende 165 indicatori e inizia a gennaio 1990 (base 1996 = 100). Dal gennaio 2006 gli indici vengono forniti con base 2005 = 100. La disaggregazione a tre digit permette di effettuare analisi per gruppi di prodotti ma non per singolo prodotto.

Complessivamente, la banca dati Eurostat dell'Osservatorio prezzi ha una consistenza di quasi 1.000.000 record, con un flusso mensile di 5.940 dati riferiti a 36 paesi.

**Prezzi al consumo di un paniere di beni e servizi di largo consumo, Istat.** I dati in questione si riferiscono ai prezzi rilevati dagli Uffici comunali di statistica nell'ambito della rilevazione mensile dei prezzi al consumo coordinata dall'Istat.

I prodotti considerati sono quelli di largo consumo, selezionati dal



Comitato tecnico per il monitoraggio dei prezzi dei beni e servizi di largo e generale consumo istituito presso il Ministero dello Sviluppo economico. La serie storica dei dati inizia con il mese di settembre del 2004 e riguarda circa 64 beni e servizi per i 20 capoluoghi di regione. È previsto un incremento sia nel numero dei prodotti che in quello dei capoluoghi di provincia considerati.

#### **Prezzi all'ingrosso dei beni ortofrutticoli nei mercati italiani.**

A partire dall'ottobre 1999, con cadenza settimanale, sono state acquisite dall'Osservatorio prezzi circa 150.000 quotazioni all'ingrosso per i prodotti ortofrutticoli monitorati (circa 300). Le elaborazioni effettuate dall'Osservatorio sono, pertanto, circa 1.200 a settimana e circa 5.000 al mese.

#### **Prezzi all'ingrosso dei beni ortofrutticoli nei mercati europei.**

A partire dal novembre 2003, ogni settimana, vengono acquisite dall'Osservatorio prezzi circa 10.000 quotazioni all'ingrosso per i prodotti ortofrutticoli monitorati (circa 100). Le elaborazioni effettuate dall'Osservatorio prezzi sono circa 300 a settimana e circa 1.300 al mese.

#### **Prezzi all'ingrosso dei prodotti avicunicoli nei mercati italiani.**

A partire dal gennaio 2004 fino al giugno 2006, con cadenza settimanale, sono state acquisite dall'Osservatorio prezzi circa 60 quotazioni all'ingrosso per i prodotti avicunicoli monitorati relative al mercato di Forlì. Dal luglio 2006, in seguito all'inserimento nel monitoraggio dei mercati di Padova, Treviso e Verona, vengono acquisite circa 250 quotazioni. Le elaborazioni effettuate dall'Osservatorio prezzi sono circa 500 a settimana e circa 2.000 al mese.

**Prezzi della filiera ortofrutticola Ismea.** Con cadenza mensile vengono acquisite dall'Osservatorio, a partire da gennaio 2001 e per ognuno dei tre segmenti della filiera (origine, ingrosso e dettaglio), le quotazioni medie per i 29 prodotti monitorati. Ogni mese vengono effettuate circa 1.000 elaborazioni sui dati di base.





# Ministero dello Sviluppo Economico

Dipartimento per la regolazione del mercato  
Direzione generale per la concorrenza ed i consumatori

**Ex  
DGAMTC**

**Ufficio A1 - Coordinamento gestione amministrativa**

e-mail dirigente: gianfrancesco.romeo@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio A2 - Affari generali, gestione del personale e delle risorse finanziarie**

e-mail dirigente: piero.francolini@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio A3 - Programmazione, sviluppo e controllo di gestione**

e-mail dirigente: piero.francolini@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio A4 - Affari giuridici e contenzioso**

e-mail funzionario di riferimento: angela.santacroce@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio B1 - Coordinamento politiche per la tutela del mercato**

e-mail dirigente: felice.lopresto@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio B2 - Osservatorio prezzi e tariffe**

e-mail dirigente: bernardo.pizzetti@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio B3 - Rapporti istituzionali e studi**

e-mail dirigente: giovanna.dicapua@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio C1 - Coordinamento delle politiche per i consumatori**

e-mail dirigente: francomario.sottile@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio C2 - Attività comunitarie ed internazionali**

e-mail dirigente: paola.ferri@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio C3 - Politiche nazionali e diritti dei consumatori**

e-mail funzionario di riferimento: umberto.troiani@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio C4 - Funzionamento del CNCU**

e-mail dirigente: antonia.martelli@sviluppoeconomico.gov.it

**Ex  
DGCAS**

**Ufficio A4 - Contenzioso**

e-mail dirigente: giuseppe.baldari@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio B4 - Registro delle imprese**

e-mail dirigente: marco.maceroni@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio C3 - Attività fieristiche, ausiliari del commercio, magazzini generali**

e-mail dirigente: flavia.piscopo@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio C4 - Servizi**

e-mail dirigente: emilio.rossillo@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio C5 - Assicurazioni**

e-mail dirigente: massimo.dafano@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio D1 - Coordinamento e programmazione per le attività relative alla distribuzione commerciale**

e-mail dirigente: daniela.paradisi@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio D2 - Disciplina del commercio interno**

e-mail dirigente: daniela.paradisi@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio D3 - Nuove forme di distribuzione commerciale**

e-mail dirigente: daniela.paradisi@sviluppoeconomico.gov.it

**Ufficio D4 - Ricerche e studi**

e-mail dirigente: mariateresa.pucciano@sviluppoeconomico.gov.it

---

## Dipartimento per la regolazione del mercato

**Capo Dipartimento: Antonio Liroi**

Via Molise, 2 - IV Piano - 00187 Roma  
Tel.: +39 06 4705 2910 - 06 4705 2042  
Fax: +39 06 4705 2898  
E-mail: [dip.mercato@sviluppoeconomico.gov.it](mailto:dip.mercato@sviluppoeconomico.gov.it)

Il Dipartimento per la regolazione del mercato è articolato nei seguenti uffici di livello dirigenziale generale:

**Direzione generale per la concorrenza e i consumatori**

Direttore generale: Gianfrancesco Vecchio

**Direzione generale per la vigilanza e la normativa tecnica**

Direttore generale: Aldo Mancurti

**Direzione generale per la proprietà industriale - Ufficio italiano brevetti e marchi**

Direttore generale: Maria Ludovica Agrò

**Direzione generale per i servizi interni**

Direttore generale: Mirella Ferlazzo

## Mercato & consumatori

Registrazione al tribunale di Roma  
n. 447 del 22 ottobre 2001

### Redazione Ministero dello Sviluppo Economico

Dipartimento  
per la regolazione del mercato  
Direzione Generale per la  
concorrenza e i consumatori

Via Molise, 2 - 00187 Roma  
tel. 06.470.525.81  
fax: 06.4705.2898  
www.sviluppoeconomico.gov.it

### Direttore responsabile Antonio Lirosi

### Referenti organizzativi

Mara Sopranzi  
tel. 06.4705.2623  
mara.sopranzi@sviluppoeconomico.gov.it  
Daniela Marcelli  
tel. 06.4705.2491  
daniela.marcelli@sviluppoeconomico.gov.it

### Coordinatore del Comitato Operativo

Giovanna Di Capua

### Comitato Operativo

Maria Rosaria Amoroso  
Claudio Della Ventura  
Paolo Francisci  
Gianfranco Nitti  
Silvia Petrucci  
Gianfrancesco Romeo  
Umberto Troiani

### Progetto editoriale, grafico e distribuzione

Alchimie Srl

### Stampa CSR

Da quasi dieci anni, il *Quaderno informativo Mercato e consumatori* continua la sua opera d'informazione sull'azione pubblica svolta a favore del cittadino consumatore. Con la recente riorganizzazione del Ministero dello Sviluppo economico, illustrata in questo fascicolo, la pubblicazione è ora curata dalla Direzione generale per la concorrenza e i consumatori nell'ambito del Dipartimento per la regolazione del mercato.

Questo numero del *Quaderno* ha un duplice filo conduttore. Nella sua parte iniziale passa in rassegna gli strumenti predisposti, su iniziativa o con la collaborazione del Ministero dello Sviluppo economico, per il contenimento della dinamica dei prezzi. Dall'altro presenta un consuntivo dell'azione svolta a tutela del consumatore nel corso del 2007: due temi, come si vede, fortemente intrecciati, ma che ci è sembrato giusto sottolineare nella loro specificità.

Alcuni degli argomenti trattati, come il contenimento dei prezzi, hanno richiamato una forte attenzione mediatica. Altri invece sono intessuti di atti amministrativi poco pubblicizzati, ma che sono essenziali per portare al successo la strategia di tutela del cittadino consumatore. Riferirne all'opinione pubblica è doveroso e serve anche a far conoscere il complesso lavoro svolto in questo campo dagli uffici della pubblica amministrazione.