

**ETICHETTATURA E PRESENTAZIONE DEI
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO:
ALIMENTI, COSMETICI, MODA,
ELETTRODOMESTICI**

GUIDA PRATICA PER IL CONSUMATORE

APRILE 2010

La presente Guida al Consumo è stata realizzata dalla Camera di Commercio di La Spezia con la collaborazione di Dintec – Consorzio per l’Innovazione Tecnologica.

PREMESSA.....	6
ETICHETTATURA DEI PRODOTTI ALIMENTARI	7
1. QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO	8
2. PRINCIPI GENERALI RELATIVI AL COMMERCIO DEGLI ALIMENTI	8
3. CONFEZIONI ED IMBALLAGGI	10
3.1 IMBALLAGGI CE	10
3.2 IMBALLAGGI ATTIVI O INTELLIGENTI.....	11
3.3 CORRETTO SMALTIMENTO.....	11
4. ETICHETTATURA DEI PRODOTTI PRECONFEZIONATI.....	13
4.1 DENOMINAZIONE DI VENDITA	13
4.2 ELENCAZIONE DEGLI INGREDIENTI	14
4.2.1 <i>Ingrediente composto</i>	14
4.2.2 <i>Ingrediente evidenziato</i>	15
4.2.3 <i>Particolari tipologie di ingredienti</i>	16
4.3 RIFERIMENTI AL RESPONSABILE COMMERCIALE.....	18
4.4 QUANTITÀ NETTA E QUANTITÀ NOMINALE.....	19
4.4.1 <i>Prodotti immersi nel liquido di governo</i>	21
4.4.2 <i>Preimballaggi multipli</i>	22
4.5 TERMINE MINIMO DI CONSERVAZIONE E DATA DI SCADENZA	22
4.6 TITOLO ALCOLOMETRICO VOLUMICO	24
4.7 LOTTO	24
4.8 ISTRUZIONI PER L'USO.....	25
4.9 MODALITÀ DI CONSERVAZIONE	25
4.10 ORIGINE O PROVENIENZA	25
5. ETICHETTATURA DEI PRODOTTI SFUSI E PREINCARTATI.....	27
6. ETICHETTATURA DEGLI ALLERGENI.....	29
6.1 ETICHETTATURA DEI PRODOTTI PER PERSONE INTOLLERANTI AL GLUTINE	31
7. LE INDICAZIONI FACOLTATIVE	32
7.1 L'ETICHETTA E LE INDICAZIONI NUTRIZIONALI.....	32
7.1.1 <i>I claims nutrizionali e la tabella nutrizionale</i>	33
7.1.2 <i>I claims salutistici</i>	38
7.1.3 <i>I claims relativi alla riduzione di rischio di malattia</i>	39
7.2 I CLAIMS COMMERCIALI	39
8. ETICHETTATURA DI PARTICOLARI CATEGORIE DI ALIMENTI.....	40
8.1 I PRODOTTI DOP IGP E STG.....	40
8.2 L'ETICHETTATURA DEI PRODOTTI DA AGRICOLTURA BIOLOGICA.....	42
8.2.1 <i>Alimenti interamente biologici o con una quota di ingredienti biologici > al 95%</i>	43
8.2.2 <i>Alimenti che contengono ingredienti biologici in quantità < al 95%</i>	45
8.2.3 <i>Alimenti ottenuti da un sistema agricolo in conversione</i>	45
8.3 ETICHETTATURA DEGLI ORGANISMI GENETICAMENTE MODIFICATI (OGM)	45
9. CONTROLLI E REGIME SANZIONATORIO	48
ETICHETTATURA DEI PRODOTTI COSMETICI.....	51
1. QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO	52
2. PRINCIPI GENERALI RELATIVI AL COMMERCIO DEI COSMETICI	54
2.1 CORRETTEZZA DELLE OPERAZIONI COMMERCIALI	54

2.2	COMPOSIZIONE DEI COSMETICI.....	55
2.3	CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI.....	56
3.	IMBALLAGGI	57
3.1	PARTICOLARI TIPOLOGIE DI IMBALLAGGI	58
3.2	CORRETTO SMALTIMENTO.....	58
4.	INDICAZIONI OBBLIGATORIE.....	60
4.1.	RIFERIMENTI AL RESPONSABILE COMMERCIALE.....	60
4.2	CONTENUTO NOMINALE	61
4.3	DATA DI DURATA MINIMA	62
4.4	PAESE DI ORIGINE.....	63
4.5	FUNZIONI DEL PRODOTTO.....	64
4.6	ELENCO DEGLI INGREDIENTI	64
4.7	MODALITÀ DI IMPIEGO E AVVERTENZE.....	66
4.8	NUMERO DI LOTTO DI FABBRICAZIONE	68
4.9	PRODOTTI SFUSI O CONFEZIONATI SUL PUNTO VENDITA.....	68
5.	INDICAZIONI FACOLTATIVE.....	69
5.1	CLAIMS COMMERCIALI	69
5.2	RIFERIMENTI A TEST SU ANIMALI	69
5.3	CODICE A BARRE	70
6.	CONTROLLI E REGIME SANZIONATORIO	72
	ETICHETTATURA DEI PRODOTTI DEL COMPARTO MODA.....	74
1.	INTRODUZIONE.....	75
2.	PRINCIPI GENERALI NEL COMMERCIO DEI PRODOTTI DEL COMPARTO MODA	75
	75	
2.1	CORRETTEZZA DELLE OPERAZIONI COMMERCIALI	75
2.2	CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI.....	76
3.	ETICHETTATURA DEI PRODOTTI TESSILI - ABBIGLIAMENTO	76
3.1	DEFINIZIONI E CAMPO DI APPLICAZIONE.....	76
3.2	INDICAZIONI OBBLIGATORIE	80
	<i>3.2.1 Responsabile commerciale.....</i>	<i>80</i>
	<i>3.2.2 Etichetta di composizione.....</i>	<i>80</i>
	<i>3.2.3 Etichetta dei prodotti composti</i>	<i>82</i>
	<i>3.2.4 Tolleranze e deroghe.....</i>	<i>83</i>
3.3	INDICAZIONI FACOLTATIVE	84
	<i>3.3.1 Etichetta di manutenzione.....</i>	<i>85</i>
	<i>3.3.2 Origine</i>	<i>88</i>
	<i>3.3.3 Ulteriori indicazioni</i>	<i>88</i>
4.	CALZATURE E ARTICOLI DI PELLETERIA.....	92
4.1	DEFINIZIONI	92
4.2	INDICAZIONI OBBLIGATORIE	92
	<i>4.2.1 Responsabile commerciale.....</i>	<i>92</i>
	<i>4.2.2 Etichetta di composizione.....</i>	<i>93</i>
4.3	INDICAZIONI FACOLTATIVE	94
	<i>4.3.1 Origine</i>	<i>95</i>
	<i>4.3.2 Certificazioni di qualità del prodotto/processo</i>	<i>95</i>
5.	CONTROLLI E REGIME SANZIONATORIO	96
	ETICHETTATURA DEGLI ELETTRODOMESTICI	98

1. INTRODUZIONE	99
2. PRINCIPI GENERALI NEL COMMERCIO DEGLI ELETTRODOMESTICI	99
2.1 CORRETTEZZA DELLE OPERAZIONI COMMERCIALI	99
2.2 CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI.....	100
3. SICUREZZA E MARCATURA CE	100
4. ETICHETTATURA ENERGETICA	102
5. CONTROLLI E REGIME SANZIONATORIO	105

Premessa

L'etichetta è diventata negli ultimi anni lo strumento prioritario per informare i consumatori sui prodotti immessi in commercio. Concepita inizialmente per agevolare le prassi commerciali e facilitare il libero scambio di merci, essa ha acquisito un progressivo valore ai fini della tutela dei diritti dei consumatori.

In alcuni settori produttivi, ad esempio quello dell'alimentare o dei cosmetici, la normativa comunitaria è piuttosto dettagliata ed impone agli operatori di riportare in etichetta una serie di indicazioni sulle caratteristiche commerciali del prodotto acquistato. In altri settori invece, ad esempio quello della moda (prodotti tessili, abbigliamento, calzature, pelletteria), la normativa è meno dettagliata e questo favorisce le prassi commerciali che potrebbero ingenerare confusione nel consumatore circa la vera origine o natura dei prodotti acquistati.

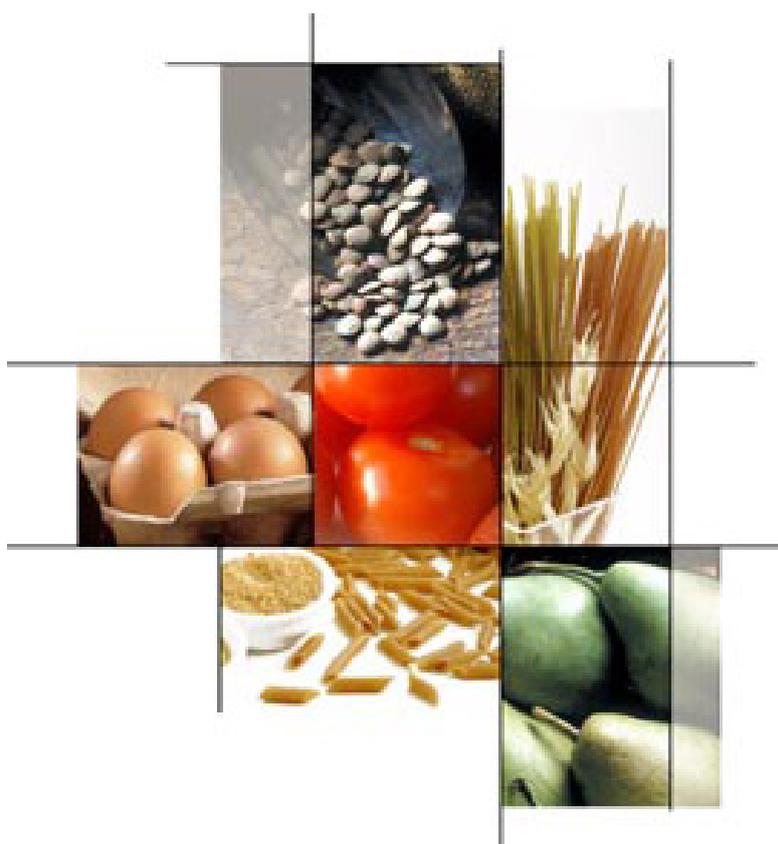
I risultati forniti dalle Autorità nazionali deputate al controllo (Ministero Sviluppo Economico, Ministero Politiche Agricole Alimentari Forestali, Ministero della Salute, Antitrust, Camere di Commercio, ecc.), segnalano che continuano ed essere presenti sul mercato prodotti che forniscono al consumatore indicazioni errate o ambigue creando al riguardo false aspettative. Tra le frodi più comuni si segnalano: la mancata indicazione della quantità del prodotto, l'omissione di taluni ingredienti e/o sostanze dannose per categorie sensibili di consumatori, la presenza di indicazioni false o ambigue sull'origine del prodotto.

Queste prassi commerciali scorrette, contrarie al principio della diligenza professionale sancito dal Codice del Consumo, sono lesive dei diritti del consumatore: devono essere quindi fortemente combattute perché alterano, o falsano in misura apprezzabile, le decisioni di acquisto in relazione ad un determinato prodotto e possono essere potenzialmente pericolose per la salute umana.

L'etichetta rappresenta uno degli strumenti più importanti che i consumatori hanno a disposizione per tutelarsi. La correttezza delle indicazioni e la chiarezza dei contenuti rappresentano i primi indicatori della serietà del produttore e, quindi, dell'affidabilità del prodotto acquistato. Attraverso la Guida al consumo la Camera di Commercio di La Spezia si pone l'obiettivo di informare il consumatore sulle regole di presentazione dei principali beni di largo consumo (prodotti alimentari, cosmetici, del comparto moda, elettrodomestici), chiarendo le modalità che gli operatori commerciali devono adottare per etichettare correttamente i loro prodotti.

Si auspica, così facendo, di dare un contributo operativo alla crescita dell'educazione al consumo dei cittadini ed alla crescita delle scelte di acquisto consapevoli.

ETICETTATURA DEI PRODOTTI ALIMENTARI



1. Quadro normativo di riferimento

La normativa comunitaria in materia di etichettatura e presentazione dei prodotti alimentari è estremamente dettagliata. La Commissione Europea è, infatti, intervenuta massicciamente negli ultimi anni per disciplinare le regole di produzione e commercio degli alimenti, sia dal punto di vista della sicurezza igienico – sanitaria che della presentazione. L'apparato normativo comunitario nel settore agroalimentare è composto da una serie di Direttive e Regolamenti che, adeguandosi continuamente al progresso scientifico ed alle esigenze di tutela ed informazione del consumatore, rappresenta oggi uno dei più completi e rigorosi in ambito internazionale.

La normativa di riferimento in materia di etichettatura e presentazione dei prodotti alimentari è rappresentata dalla **Direttiva 2000/13/CE**, recepita in Italia con il **D. Lgs. 109 del 1992**.

La Commissione Europea sta lavorando ad una proposta di Regolamento in materia di informazione dei consumatori sui prodotti alimentari, che andrà a sostituire la Dir. 2000/13/CE. Il provvedimento, ancora in fase di definizione, si pone l'obiettivo di migliorare il sistema unitario di regole per l'etichettatura dei prodotti, favorire la libera circolazione delle merci all'interno dell'Unione evitando la proliferazione di disposizioni nazionali che possono causare problemi agli operatori nelle operazioni commerciali (ostacolo alla libera circolazione delle merci).

Con il termine etichettatura si intende *“l'insieme delle menzioni, delle indicazioni, dei marchi di fabbrica o di commercio, delle immagini o dei simboli che si riferiscono ad un prodotto alimentare”* e che possono essere applicate sulla confezione o, in mancanza di essa, sui documenti di accompagnamento della merce (D. Lgs. 109/1992, art. 1).

Con il termine alimento intendiamo, invece, *“qualsiasi sostanza o prodotto trasformato, parzialmente trasformato o non trasformato, destinato ad essere ingerito, o di cui si prevede ragionevolmente che possa essere ingerito, da esseri umani”* (Reg. Ce. 178/02). Nella definizione di alimento rientrano le bevande, le gomme da masticare e qualsiasi sostanza, compresa l'acqua, intenzionalmente incorporata negli alimenti nel corso della loro produzione, preparazione o trattamento.

2. Principi generali relativi al commercio degli alimenti

L'etichettatura di un prodotto alimentare ha un ruolo strategico in quanto informa il consumatore sulle caratteristiche del prodotto consentendogli di scegliere quello che maggiormente risponde alle proprie esigenze: essa rappresenta, quindi, una sorta di carta d'identità del prodotto, un *ponte* tra il produttore e il consumatore.

Nell'elaborare il contenuto informativo delle etichette, gli operatori del settore alimentare devono ispirarsi ad alcuni principi generali, ovvero:

- chiarezza: le indicazioni devono risultare facilmente comprensibili per un consumatore medio e non devono ingenerare dubbi sulle caratteristiche del prodotto acquistato; sono pertanto da evitare codici o altri elementi che non siano di immediata interpretazione e comprensione (es. il numero di iscrizione al REA del Registro Imprese della CCIAA in sostituzione della sede dello stabilimento di produzione);
- leggibilità: le informazioni devono essere riportate in caratteri di dimensioni tali da poter essere letti senza troppa difficoltà; a tale scopo, per alcune tipologie di informazioni (ad esempio la quantità nominale) il legislatore ha definito la dimensione minima dei caratteri al di sotto dei quali non è possibile scendere;
- facilità di lettura: le indicazioni di seguito elencate devono figurare nello stesso campo visivo, in modo da essere facilmente leggibili in una sola occhiata; gli operatori inoltre non devono riportare informazioni in punti nascosti, di difficile lettura o rimovibili (es. sigillo di confezionamento);

Nello stesso campo visivo	In campo visivo facoltativamente diverso
Denominazione di vendita	Elenco degli ingredienti
Termine minimo di conservazione o data di scadenza	Sede o indirizzo
Quantità	Nome o ragione sociale o marchio
Titolo alcolometrico	Sede dello stabilimento
	Lotto
	Altre informazioni previste per particolari tipologie di prodotti (es. istruzioni d'uso, valori nutrizionali, ecc).

- indelebilità: gli operatori devono garantire l'indelebilità delle informazioni riportate in etichetta, affinché esse siano leggibili per tutta la vita commerciale del prodotto.

Tali principi generali sono anche richiamati nel **Codice del Consumo**, (D. Lgs. 206 del 6 settembre 2005), il testo normativo fondamentale, che nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale, definisce le regole comuni dei processi di acquisto e di consumo nel nostro Paese. Ispirandosi al principio generale di **diligenza professionale**, il Codice del Consumo vieta le pratiche commerciali ingannevoli e scorrette, tali da influenzare in modo rilevante il comportamento economico del consumatore medio. Rientrano in questa fattispecie i prodotti che omettono o riportano in modo occulto e poco trasparente le informazioni rilevanti per il consumatore così come quelli che inducono a pensare che l'alimento possiede caratteristiche che invece non ha.

Le indicazioni riportate sull'etichetta dei prodotti alimentari destinati alla commercializzazione sul mercato nazionale devono essere riportate in **lingua italiana**. E' consentito l'utilizzo di altre lingue solo se:

- il termine è diventato di uso talmente corrente e generalizzato da non richiedere traduzioni (es.: *Croissant* utilizzato come denominazione di un prodotto da forno);
- le menzioni originali non hanno corrispondenti nei termini italiani (es. *Brandy*).

Possono essere presenti anche altre lingue ufficiali della Unione Europea, ma in aggiunta e non in sostituzione alla lingua italiana.

3. Confezioni ed imballaggi

Ai fini dell'etichettatura è necessario distinguere tre tipologie di prodotti alimentari:

- *prodotti preconfezionati (o preimballati)*: sono quei prodotti alimentari confezionati nello stabilimento di confezionamento e in assenza dell'acquirente, avvolti, totalmente o in parte, in un imballaggio che deve essere mantenuto integro fino al momento del consumo;
- *prodotti preincartati (o preconfezionati per la vendita immediata)*: sono quei prodotti alimentari confezionati sul punto vendita al momento della richiesta del cliente o antecedentemente, ma ai fini della vendita immediata nello stesso locale dove sono stati confezionati (pane, carne fresca, formaggi e salumi al taglio, ecc.);
- *prodotti sfusi*: sono quei prodotti alimentari sui quali non è possibile apporre l'etichetta in quanto privi della confezione (frutta, ortaggi freschi, ecc.).

Un formaggio, come ad esempio il Parmigiano Reggiano, può essere venduto a spicchi preconfezionati dal produttore, oppure preincartato con film protettivo applicato nel punto vendita per la commercializzazione immediata: i due casi soggiacciono a modalità di etichettatura differenti che prevedono una diversa tipologia di informazioni, come illustreremo nel corso delle prossime pagine.

3.1 Imballaggi CE

Gli imballaggi ad uso alimentare possono essere di tipo CE o diversi da quelli CE.

Gli **imballaggi CE** sono conformi alla normativa comunitaria in materia di metrologia avendo superato appositi controlli relativi alla capacità effettiva e, pertanto, possono circolare liberamente sul mercato comunitario; questi imballaggi sono contraddistinti dal simbolo **E** riportato vicino all'indicazione della quantità.

Gli imballaggi di tipo **diverso da quelli CE**, avendo capacità diverse da quelle previste a livello comunitario, non hanno subito i controlli metrologici; si identificano per l'assenza del simbolo **E** riportato vicino all'indicazione della quantità.

Indicazione quantità in un imballaggio CE

100 ml e

Indicazione quantità in un imballaggio non CE

100 ml

La lettera **E** deve avere un'altezza di almeno 3 mm e può essere riportata anche solo sull'imballaggio secondario (cioè quello non a diretto contatto del prodotto) e deve essere posta a fianco dell'indicazione della quantità o nello stesso campo visivo.

3.2 Imballaggi attivi o intelligenti

Una recente tipologia di imballaggi è quella denominata **imballaggi attivi o intelligenti**. Di recente innovazione, questa tipologia di imballaggio viene sempre più impiegata nel confezionamento dei prodotti alimentari (ad esempio i salumi porzionati in vaschetta) poiché, attraverso l'azione di specifiche sostanze, consente di prolungare la conservabilità e mantenere o migliorare le condizioni dei cibi. Le sostanze che possono essere utilizzate come componenti degli imballaggi attivi sono autorizzate dalla Commissione Europea e non devono risultare mutagene, cancerogene o tossiche per la salute umana. Gli imballaggi attivi o intelligenti, per la loro particolare composizione, possono dare l'impressione di essere commestibili pertanto, come disposto dalla normativa comunitaria di riferimento (Reg. Ce 450/09), devono riportare la dicitura "NON MANGIARE" e, quanto tecnicamente possibile, il pittogramma riportato in figura 1.

Figura 1 - Pittogramma degli imballaggi intelligenti



3.3 Corretto smaltimento

Sugli imballaggi o sulle etichette possono, inoltre, figurare indicazioni, simboli o pittogrammi che invitano il consumatore ad una gestione "ecologicamente" corretta del contenitore, al fine di facilitare la raccolta, il riutilizzo e il riciclaggio.

Tra questi i più diffusi sono:

		<p>Il primo pittogramma riguarda le confezioni di carta o cartone, mentre il secondo quelle di plastica. Entrambi possono voler dire due cose: che l'imballaggio è riciclabile ma non necessariamente riciclato, oppure che parte del materiale è riciclato. I numeri da 1 a 6 contenuti nel secondo marchio, indicano il tipo di plastica utilizzata secondo un codice prestabilito. Il numero 7 indica che il materiale non è riciclabile.</p>
		<p>Indicano che la confezione deve essere dispersa nei contenitori della raccolta differenziata.</p>
		<p>Questo simbolo indica che il produttore aderisce ai consorzi previsti dalla legge per organizzare il recupero e il riciclaggio degli imballaggi.</p>
		<p>Questi simboli specificano il materiale utilizzato per la confezione. Le sigle più frequenti sono: ACC: indica che il contenitore è in acciaio (banda stagnata) e può essere messo nei contenitori per la raccolta differenziata delle lattine.</p>

AL: indica che il contenitore è di alluminio e può essere messo nei contenitori per la raccolta differenziata delle lattine.
CA: indica che si tratta di carta accoppiata a materiale non riciclabile e pertanto deve essere buttata nei rifiuti misti.
PE: indica che la plastica è composta da polietilene.
PET: indica che la plastica è composta da polietilene tereftalato.
PP: indica che la plastica è composta da polipropilene.
PS: indica che il contenitore è di polistirolo.
PVC: indica che la plastica è composta da polivinilcloruro.
VE: indica che il contenitore è di vetro.

4. Etichettatura dei prodotti preconfezionati

Le etichette dei prodotti alimentari preconfezionati devono obbligatoriamente riportare le seguenti indicazioni (art. 3 del D. Lgs. 109/92):

1. **la denominazione di vendita;**
2. **l'elenco degli ingredienti;**
3. **la quantità netta o la quantità nominale;**
4. **il termine minimo di conservazione o la data di scadenza;**
5. **il nome o la ragione sociale o il marchio depositato e la sede del fabbricante o del confezionatore o di un venditore stabilito nella UE;**
6. **la sede dello stabilimento di produzione o di confezionamento;**
7. **il titolo alcolometrico volumico effettivo;**
8. **il lotto di appartenenza del prodotto;**
9. **le modalità di conservazione e/o utilizzazione;**
10. **origine o di provenienza;**
11. **la quantità di taluni ingredienti o categorie di ingredienti.**

Alcune delle suddette indicazioni sono *assolutamente obbligatorie*, altre *obbligatorie salvo casi di deroga* previsti dalla legge, altre ancora *obbligatorie in relazione alla destinazione d'uso*.

Nei paragrafi seguenti approfondiremo i requisiti relativi all'utilizzo di ciascuna indicazione.

4.1 Denominazione di vendita

E' l'indicazione più importante in quanto rappresenta il **nome del prodotto** e pertanto è sempre obbligatoria.

DIFFERENTI TIPOLOGIE DI DENOMINAZIONE DI VENDITA

Alcune denominazioni di vendita sono **legali**, ovvero disciplinate a livello comunitario (es. olio extravergine di oliva, vino) o nazionale (es. pasta di semola di grano duro, panettone, formaggio): ciò vuol dire che la normativa definisce le caratteristiche merceologiche che deve possedere l'alimento per poter utilizzare quella determinata denominazione di vendita.

Altre denominazioni di vendita sono, invece, **merceologiche** ovvero fanno riferimento ad alimenti diffusi negli usi e nelle consuetudini alimentari (es. pizza, gelato, torrone) e quindi, pur non essendoci una codifica normativa, sono comunemente conosciuti come tali sul mercato nazionale.

Infine, una terza ed ultima tipologia, è la denominazione di vendita di **fantasia** (es. Grancereale, Tartufone, ecc.) ed è associata ad un prodotto alimentare nuovo, innovativo, frutto della ricerca dell'azienda; essa, pertanto, deve essere sempre seguita da una breve descrizione sulle caratteristiche del prodotto (ad esempio, nel caso del Grancereale, la descrizione sarà: Biscotto a base di cereali).

I prodotti alimentari commercializzati in un particolare stato fisico devono riportarne indicazione immediatamente accanto alla denominazione di vendita, ad esempio: **Orzo solubile, Latte in polvere, Pane surgelato, ecc.**

La denominazione di vendita è differente dalla **denominazione commerciale**: infatti mentre la prima corrisponde al nome del prodotto, la seconda è facoltativa e serve unicamente a qualificarlo meglio.

DENOMINAZIONE DI VENDITA E DENOMINAZIONE COMMERCIALE

Nel comparto delle paste alimentari, ad esempio, la denominazione di vendita è "Pasta di semola di grano duro", mentre la denominazione commerciale è rappresentata dall'indicazione 'spaghetti', 'fusilli', 'farfalle' e via dicendo. Un altro caso può essere osservato nel comparto dei latticini: la denominazione di vendita è "Formaggio fresco a pasta filata", mentre la denominazione commerciale è 'fior di latte', 'mozzarella' e via dicendo. Quest'ultimo è anche un caso in cui la denominazione commerciale è diventata più famosa della denominazione di vendita, tanto da evocare essa stessa le caratteristiche del prodotto finito.

4.2 Elencazione degli ingredienti

Le etichette dei prodotti alimentari devono riportare l'elenco di tutti gli ingredienti impiegati nella realizzazione dell'alimento.

Non hanno l'obbligo di riportare in etichetta l'elenco degli ingredienti:

- a) i vini, la birra e i distillati (quali grappa, rum, cognac e via dicendo);
- b) i prodotti costituiti da un solo ingrediente (es.: olio extravergine di oliva, latte, ecc.) e nei quali la denominazione di vendita coincide perfettamente con il prodotto;
- c) gli ortofrutticoli freschi non sottoposti ad alcuna manipolazione;
- d) le acque gassate che riportano l'eventuale aggiunta di un altro ingrediente nella denominazione di vendita (es. "acqua con aggiunta di anidride carbonica");
- e) gli aceti provenienti da una sola materia prima;
- f) il latte fermentato, creme di latte fermentato, formaggi e burro purché non contenenti prodotti di natura diversa dal latte, sale, enzimi, coltura di microrganismi necessari alla loro fabbricazione.

Gli ingredienti devono essere menzionati in ordine ponderale decrescente riferiti al momento della preparazione del prodotto - partendo, quindi, dalla ricetta e non dall'alimento finito - e devono essere preceduti dalla parola "**Ingredienti:**" oppure "**ingr.:**".

4.2.1 Ingrediente composto

Per ingrediente composto si intende un ingrediente utilizzato per la realizzazione di un prodotto, che, a sua volta, è composto da più ingredienti: il *cioccolato al latte* impiegato per la farcitura di un biscotto è il tipico caso di ingrediente composto.

L'ingrediente composto è riportato in etichetta nella lista degli ingredienti e menzionato con la propria denominazione di vendita (legale o merceologica) seguito dalla lista dei suoi ingredienti riportata tra parentesi.



Cornetto farcito

*Ingredienti: farina di grano tenero tipo "0", grassi vegetali, zucchero, uova fresche, **crema** (uova, farina, latte, zucchero), sale, aromi naturali.*

L'indicazione degli ingredienti di un ingrediente composto può essere omessa solo se:

- questo rappresenta meno del 2% del peso del prodotto finito;
- non contiene ingredienti di natura allergenica.

4.2.2 Ingrediente evidenziato

L'etichetta deve riportare la quantità di un ingrediente solo se esso viene chiaramente evidenziato nella denominazione di vendita oppure in etichetta attraverso immagini e frasi.

La quantità è indicata in valore percentuale, calcolato al momento del suo utilizzo, e subito dopo il nome dell'ingrediente evidenziato.



Taralli al sesamo

*Ingredienti: farina di grano tenero tipo "0", olio di sansa di oliva, **semi di sesamo (6%)**, sale, lievito di birra.*

L'indicazione dell'ingrediente evidenziato è obbligatoria se:

- l'ingrediente e/o la categoria di ingredienti figurano nella denominazione di vendita o per caratterizzare il prodotto (ad es. yogurt alla fragola, succo di arancia/aranciata, formaggio alle noci, bastoncini di merluzzo);
- l'ingrediente è messo in risalto con parole, immagini o rappresentazioni grafiche riportate sulla confezione;
- viene espressamente previsto dalla normativa (ad esempio la pasta all'uovo deve riportare obbligatoriamente in etichetta il contenuto di uova presente (in grammi) che, per legge, non deve essere inferiore a 200 g di uova per 1 kg di semola).

YOGURT INTERO ALLA FRAGOLA



Richiamo all'ingrediente con immagini

*Ingredienti: yogurt di latte fresco intero, **fragole (18%)**, zucchero.*

La regola dell'ingrediente evidenziato vale anche per gli ingredienti degli ingredienti composti: nel caso del prodotto "Wafer con crema di nocciole", ad esempio, la lista degli ingredienti deve riportare la percentuale di crema alle nocciole contenuta e, nell'elencazione dei suoi ingredienti, la percentuale di nocciole utilizzata.

Se la denominazione di vendita fa riferimento ad eventuali farciture e ripieni, ma senza dare ulteriori specificazioni della tipologia degli ingredienti utilizzati (ad esempio denominazione come "Biscotti farciti", "Minestrone alle verdure"), non vi è l'obbligo di indicazione dell'ingrediente evidenziato, poiché nessun ingrediente è messo in risalto rispetto agli altri.

4.2.3 Particolari tipologie di ingredienti

Approfondiamo ora le modalità di indicazione di particolari tipologie di ingredienti.

Acqua

L'acqua, come gli altri ingredienti volatili utilizzati per la preparazione di un alimento, non viene menzionata nell'elenco degli ingredienti se:

- a) rappresenta meno del 5% in peso del prodotto finito;
- b) rappresenta il liquido di governo o di copertura di un prodotto, ovvero quello che non viene consumato (per ulteriori dettagli cfr § 4.4.1);
- c) viene usata per la ricostituzione di un ingrediente concentrato, liofilizzato o disidratato (es. latte in polvere).

Queste eccezioni non valgono per gli ingredienti volatili di natura alcolica, quali vini, spumanti, distillati e via dicendo, che devono essere sempre menzionati in etichetta.

Additivi

Gli additivi idonei all'uso alimentare sono disciplinati a livello comunitario e sono classificati nelle categorie di seguito riportate.

Tabella – Categorie di additivi ad uso alimentare

Acidificanti	Antiagglomeranti	Esaltatori di sapidità
Addensanti	Antiossidanti	Gas propulsore
Agenti di carica	Antischiumogeni	Gelificanti
Agenti di resistenza	Coloranti	Sali di fusione
Agenti di rivestimento	Conservanti	Stabilizzanti
Agenti di trattamento della farina	Correttori di acidità	Umidificanti
Agenti lievitanti	Edulcoranti	
Amidi modificati	Emulsionanti	

Gli additivi devono essere designati con il nome della categoria di appartenenza seguito dal codice CE¹ o dal nome specifico.

caso a: *Antiossidante E 300 oppure Antiossidante acido ascorbico.*

Se un prodotto alimentare contiene, ad esempio, tre diverse tipologie di additivi appartenenti alla stessa categoria è sufficiente riportare una sola volta il nome della categoria, seguita dal numero CE o dal nome.

caso a: *Agenti lievitanti: carbonato acido di sodio, carbonato acido di ammonio.*
caso b: *Addensanti: E 1422, E 410, E 440.*

Se un additivo ha più funzioni, deve essere indicata unicamente quella principale.

I gas utilizzati per il confezionamento dei prodotti alimentari (azoto, elio, idrogeno, e via dicendo come previsto dal DM 209/96), pur essendo additivi, non vengono considerati ingredienti e quindi non soggiacciono ai requisiti previsti dal D. Lgs. 109/92. L'unico obbligo previsto consiste nel riportare, sulla confezione, la dicitura "confezionato in atmosfera protettiva".

Aromi

Gli aromi sono menzionati in etichetta in uno dei seguenti modi:

- a) con il nome generico di "aromi (a)", che può essere utilizzato per qualsiasi forma di aromatizzante (naturale, artificiale, naturale-identico);
- b) con il nome specifico, ad esempio "vanillina";
- c) con una descrizione dell'aroma, ad esempio "estratto di erbe alpine".

L'aggiunta della menzione "naturale" è ammessa solo per gli aromi la cui parte aromatizzante contiene, o viene ottenuta esclusivamente da, sostanze naturali e con procedimenti naturali (ad es. distillazione, essiccazione, fermentazione, ecc.). La miscelazione di aromi di origine naturale con quelli di origine artificiale non consente l'utilizzo di questa aggettivazione; pertanto l'aroma dovrà essere menzionato in etichetta come riportato nei casi a), b) o c).

Per meglio tutelare i consumatori, sono previste regole particolari di etichettatura relative all'aroma *caffèina* ed all'aroma *chinino*. La loro menzione deve essere riportata in etichetta subito dopo il termine "aromi (a)" e nel seguente modo "compreso chinino e/o caffèina". Inoltre, per i soli prodotti liquidi, quando il contenuto di caffèina supera i 150 mg/L, è obbligatorio riportare, nello stesso campo visivo della denominazione di vendita, la specifica dicitura "Tenore elevato di caffèina" seguita dall'indicazione tra parentesi del relativo quantitativo calcolato su mg/L. L'obbligo non si applica alle bevande a base, o agli estratti, di caffè e tè la cui denominazione di vendita contenga il termine "caffè" o "tè".

¹ Un esempio di codice CE è "E 150 a". La sigla deve essere così interpretata: la lettera "E" sta ad indicare che l'additivo è riconosciuto a livello comunitario; il numero "150" rappresenta la sua classificazione; la lettera "a" la categoria di appartenenza.

Carni e prodotti a base di carne

Le carni impiegate nella preparazione di prodotti alimentari devono essere indicate adottando una delle seguenti modalità:

- a) indicando il nome della parte anatomica seguito dalla specie animale (es. petto di tacchino, coscia suina);
- b) indicando la dicitura "carne" o "carni" seguita dal nome della specie animale (es. carni bovine).

Modalità A

Filetto di manzo

Modalità B

Carne bovina

Il legislatore comunitario ha disciplinato anche i requisiti della 'carne', stabilendo le percentuali di grasso e di tessuto connettivo ammesse per l'utilizzo del termine:

SPECIE ANIMALE	GRASSO (%)	TESSUTO CONNETTIVO (%)
Carne suina	30	25
Carne di volatili e conigli	15	10
Altri mammiferi, miscugli di specie con predominanza mammiferi	25	25

Se questi limiti vengono superati, il contenuto di carne si riduce e pertanto, in etichetta, non dovrà figurare il termine 'carne' ma la percentuale di grasso e/o di tessuto connettivo presente nell'alimento.

UTILIZZO DEL TERMINE 'PURO'

Nei prodotti di salumeria è frequente trovare in etichetta l'indicazione "puro/a" riferita alla tipologia di carne impiegata: ad esempio "Pura carne suina". L'aggettivo 'puro' non sta a significare che la qualità della carne è superiore da un punto di vista chimico-organolettico ma che il prodotto è stato ottenuto esclusivamente da una tipologia di carne (nel nostro esempio da carne suina). *Puro* è uno dei claims (dichiarazioni) commerciali il cui uso è previsto dalla normativa italiana, ma a specifiche condizioni (per maggiori dettagli vedi § 7.2)

4.3 Riferimenti al Responsabile commerciale

L'etichetta di un prodotto alimentare deve obbligatoriamente riportare:

- l'indirizzo dello stabilimento di produzione, o di confezionamento se diverso da quello di produzione;
- il nome (o la ragione sociale o il marchio depositato) più la sede di almeno uno dei tre operatori sotto indicati, purché localizzati sul territorio comunitario:
 - produttore;
 - confezionatore;
 - venditore.

Nel caso in cui l'indirizzo del produttore e del confezionatore coincidano, è possibile utilizzare anche la dicitura "*prodotto e confezionato da...* [nome o ragione sociale o marchio depositato + indirizzo]".

Possono essere facoltativamente inseriti anche altri soggetti professionali coinvolti nella filiera commerciale del prodotto (es. venditore, distributore, importatore, ecc.) purché la loro sede sia localizzata in uno Stato membro.

Se il prodotto alimentare ha origine extra-comunitaria, l'indicazione della sede dello stabilimento di produzione/confezionamento è facoltativa; devono obbligatoriamente figurare, invece, i riferimenti al responsabile commerciale dell'immissione del prodotto sul territorio comunitario (es. distributore, importatore, grossista, ecc.).

Le indicazioni relative al responsabile commerciale devono essere riportate in modo chiaro e facilmente comprensibile dal consumatore: non sono ammessi, ad esempio, codici di iscrizione al registro delle CCIAA o altre tipologie di sigle che non siano in grado di far risalire alla localizzazione dello stesso, eccezion fatta per il bollo sanitario sui prodotti di origine animale.



BOLLO SANITARIO

I prodotti di origine animale, trasformati e non (latte, uova, formaggi, salumi, pesce e derivanti, ecc.), possono sostituire l'indicazione dello stabilimento di produzione/confezionamento con il bollo sanitario. Il bollo sanitario è un codice che viene assegnato dal Ministero della Salute ed attesta che i locali di

lavorazione sono conformi ai requisiti igienico-sanitari fissati dalla normativa comunitaria e nazionale. Il bollo sanitario, riconoscibile per la forma circolare, reca al suo interno la sigla identificativa dello Stato in cui è localizzato lo stabilimento produttivo (per l'Italia IT), il numero di riconoscimento assegnato dal Ministero della Salute e la sigla CE indicativa della sede comunitaria dello stabilimento.

4.4 Quantità netta e quantità nominale

Rappresenta il peso del prodotto alimentare calcolato all'atto del suo confezionamento.

Non hanno l'obbligo di riportare in etichetta il valore della quantità:

- i prodotti singoli venduti sfusi o preincartati;
- i prodotti venduti a collo (es. la singola bottiglia d'acqua inserita nella confezione da 6; in questo caso l'indicazione della quantità è obbligatoria sulla singola confezione ma non sull'imballaggio globale);
- i prodotti la cui quantità è inferiore a 5 g o 5 ml, salvo le spezie e le piante aromatiche;
- i prodotti dolciari la cui quantità è inferiore a 31 g;
- i prodotti soggetti a notevole calo di peso o di volume (ad esempio farine, legumi); in questi casi la quantità deve essere riportata al momento dell'esposizione per la vendita oppure i prodotti devono essere pesati al momento dell'acquisto.

Le modalità ammesse per l'indicazione della quantità sono:

- *quantità netta*, ovvero al netto della tara, dove per tara si intende tutto ciò che contiene e avvolge l'alimento o è unito ad esso; si applica ai prodotti confezionati nei punti vendita oppure a quelli confezionati in imballaggi non CE;
- *quantità nominale*, ovvero la quantità contenuta in un imballaggio a norma CE, e rappresenta la maggior parte dei casi.

Gli operatori sono liberi di scegliere quale delle due indicazioni riportare in etichetta considerando, però, che la quantità netta si adotta tutte le volte che si utilizza un imballaggio a norma CE (riconoscibile dall'apposizione del simbolo e).

La quantità di un prodotto alimentare deve essere espressa in unità di volume, per i prodotti liquidi, ed in unità di massa per gli altri prodotti. Al valore numerico deve fare immediatamente seguito il simbolo dell'unità di misura usata come previsto dalla legge in materia, ovvero:

- litro, L o l;
- centilitro o cl;
- millilitro o ml;
- grammo o g;
- chilogrammo o kg.

Il quintale non è un'unità di misura legale e pertanto non può essere usata in etichetta né sui documenti commerciali; al suo posto devono essere impiegati grammi o chilogrammi. Nella tabella seguente sono indicati gli errori più comuni nella compilazione delle etichette e le corrispondenti diciture corrette da utilizzare:

Dicitura errata	Dicitura esatta
Litri 1,500	1,500 l oppure 1,500 litri
80 CL	80 cl
700 ml.	700 ml
1 Kg	1 kg
grammi: 300	300 g
800 gr.	800 g
1 etto	100 g

Sebbene non sia esplicitamente previsto dalla normativa, è ormai prassi comune a livello europeo indicare anche la capacità dell'imballaggio: il valore viene indicato in un rettangolo e riportato a fianco a quello della quantità; pertanto se il contenuto del prodotto è di 100 ml e la capacità del contenitore è 150, l'indicazione sarà così riportata:



La quantità nominale deve rispettare anche specifiche indicazioni in materia di grandezza dei caratteri, tese a favorire una facile leggibilità da parte dei consumatori. Le grandezze stabilite dalla normativa sul confezionamento sono:

- 6 mm, se la quantità è superiore a 1000 g/ml;
- 4 mm, se la quantità è compresa tra 1000 g/ml e 200 g/ml;
- 3 mm, se la quantità è compresa tra 200 g/ml e 50 g/ml;
- 2 mm, se la quantità è inferiore o uguale a 50 g/ml.

E' ammesso l'utilizzo di altre grandezze (es. decilitri, once, ecc.), purché indicate con caratteri di dimensioni non superiori a quelli impiegati per le misure legali. Non sono invece ammesse diciture ambigue del tipo: "circa", "+/-", "peso all'origine", ecc.

4.4.1 Prodotti immersi nel liquido di governo

Con il termine "liquido di governo" si intende il liquido accessorio che non entra a far parte dell'alimento ma che viene usato esclusivamente per facilitare la sua conservazione e per mantenere le caratteristiche organolettiche.

Sono considerati liquidi di governo:

- acqua, salamoia, soluzioni acquose di sale;
- aceti, soluzioni acquose di acidi alimentari;
- soluzioni acquose di zuccheri e/o altre sostanze edulcoranti;
- succhi di frutta o di ortaggi utilizzati nelle conserve di frutta o di ortaggi.

Gli alimenti confezionati in un liquido di governo devono riportare in etichetta l'indicazione relativa alla quantità totale ed alla quantità del prodotto sgocciolato adottando una delle seguenti modalità:

- a) riportare la doppia quantità (totale e sgocciolata – caso A), oppure
- b) riportare la quantità totale e la percentuale di prodotto sgocciolata, secondo le modalità previste per la regola del QUID (caso B).



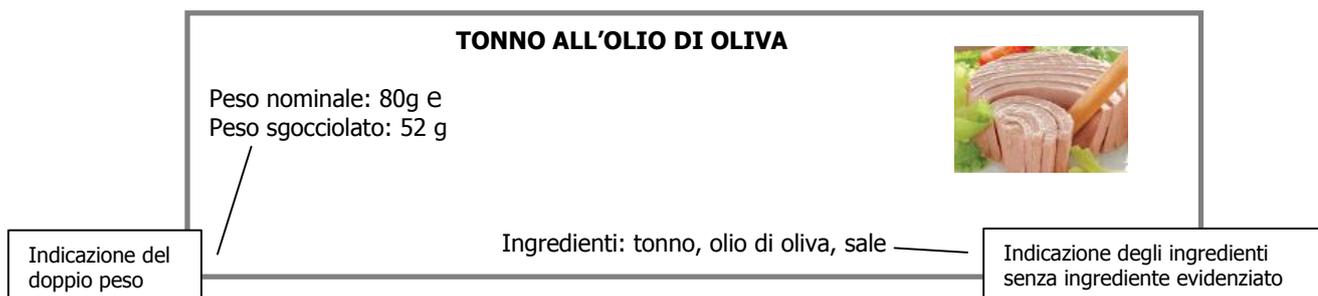
Pesche sciroppate – indicazione della quantità

caso a: *peso nominale 100 g – prodotto sgocciolato 60 g*

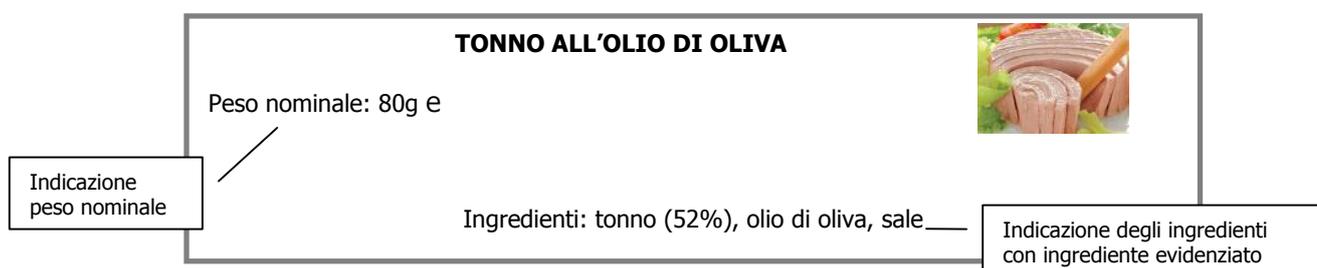
caso b: *peso nominale 160 g – pesche 60%*

Gli alimenti immersi nell'olio di oliva, sebbene esso possa essere considerato liquido di governo, devono adottare le regole stabilite per questa categoria di prodotti e quindi riportare in etichetta, in via alternativa, o l'indicazione del doppio peso (Modalità A) o la regola del QUID (Modalità B).

Modalità A



Modalità B



4.4.2 Preimballaggi multipli

Nel caso di imballaggio costituito da preimballaggi individuali contenenti tutti la stessa quantità di prodotto, l'indicazione della quantità può fare riferimento al peso globale (caso A) oppure alla quantità dei singoli preimballaggi indicando, però, anche il numero (caso B).



Indicazione quantità nei preimballaggi multipli

caso a: "200 g"

caso b: "10 confezioni da 20 g"

Se invece l'imballaggio contiene preimballaggi individuali che non rappresentano unità di vendita (ad esempio merendine, confezioni di the o camomilla), su di esso devono essere indicate la quantità totale e il numero dei preimballaggi, ad esempio: "10 kg. *Contiene 15 confezioni*".

4.5 Termine minimo di conservazione e Data di scadenza

Il termine minimo di conservazione (Tmc) indica la *shelf-life* del prodotto, ovvero il tempo massimo entro il quale si mantiene sano e garantisce le caratteristiche chimico-organolettiche.

Sono esentati dall'obbligo di apposizione del Tmc:

- a) gli ortofrutticoli freschi, comprese le patate, che non hanno subito alcuna manipolazione (es. sbucciatura, lavaggio, cottura, ecc.);
- b) i vini, vini liquorosi, vini spumanti, vini frizzanti, vini aromatizzati e le bevande ottenute da frutti diversi dall'uva, con contenuto alcolico pari o maggiore al 10% in volume;
- c) prodotti della panetteria e della pasticceria che vengono comunemente consumati entro le 24 ore successive alla fabbricazione;
- d) aceti;
- e) sale da cucina;
- f) zuccheri allo stato solido;
- g) prodotti di confetteria (caramelle, confetti, ecc.) composti *quasi unicamente* da zuccheri, aromi e coloranti;
- h) gomme da masticare;
- i) gelati monodose.

Il Tmc deve essere indicato in etichetta usando una delle seguenti modalità:

- "*da consumarsi preferibilmente entro il*", se la data è composta almeno da giorno/mese;
- "*da consumarsi preferibilmente entro fine*", se composta da mese/anno o solo anno;

L'utilizzo di una delle due modalità è in funzione del TMC; essa viene determinata dal produttore o dal confezionatore sulla base delle analisi effettuate sul prodotto ed adottando le seguenti regole previste dalla normativa:

MODALITÀ DI INDICAZIONE DEL TMC		
Prodotti conservabili per	Modalità di indicazione	Esempio di dicitura
Meno di 3 mesi	GG/MM	Da consumarsi preferibilmente entro il 10 gennaio
Dai 3 ai 18 mesi	MM/AA	Da consumarsi preferibilmente entro fine gennaio 2008
Oltre 18 mesi	AAAA	Da consumarsi preferibilmente entro la fine del 2008

Il Tmc deve essere riportato in modo chiaro e facilmente leggibile, e rispettando sempre il seguente ordine di informazioni: giorno/mese/anno.

I prodotti alimentari **deperibili** dal punto di vista microbiologico devono indicare il Tmc con la **data di scadenza**; essa rappresenta il termine ultimo entro il quale il prodotto può essere commercializzato, oltre il quale può diventare pericoloso per la salute umana, perdendo le caratteristiche di salubrità previste.

PRODOTTI ALIMENTARI DEPERIBILI

La legge italiana considera come deperibili quei prodotti alimentari con una durata di commercializzazione inferiore ai 90 giorni. I più comuni sono: latte, derivati del latte (yogurt, particolari formaggi delicati come robiolo o stracchini), carni fresche, paste alimentari fresche con ripieno, ecc.

La data di scadenza deve essere indicata con la dicitura “*da consumarsi entro*” seguita dal giorno e mese ed, eventualmente, dall’anno.

4.6 Titolo alcolometrico volumico

Indica la quantità totale di alcool che un alimento contiene ed è un’indicazione obbligatoria per le bevande aventi un contenuto di **alcool superiore a 1,2%** in volume.

L’indicazione del titolo alcolometrico volumico deve essere riportata con la dicitura “...% vol.” riportando, al posto dei puntini, la quantità di alcool; l’indicazione può essere preceduta da termine “*alcool*” o “*alc*”.

Gli errori più frequentemente commessi dagli operatori nel riportare la dicitura del contenuto alcolico sono del seguente tipo:

Dicitura errata	Dicitura esatta
12°	12% vol.
10 gradi	10% vol.
35° vol.	35% vol.
gradazione alcolica 45°	alcool 45% vol. alc. 45% vol.

L’indicazione del titolo alcolometrico volumico deve essere riportata nello stesso campo visivo della denominazione di vendita o della quantità o, ove previsto, del Tmc.

4.7 Lotto

Il lotto è un’indicazione obbligatoria in etichetta e deve essere riportata sull’etichette di tutti i prodotti alimentari ad eccezione di:

- a) i prodotti etichettati con la data di scadenza o un Tmc indicato con almeno giorno/mese (cfr. § 4.5) in quanto queste informazioni sono sufficienti per risalire al lotto di produzione;
- b) i prodotti agricoli che, all’uscita dall’azienda, non sono destinati al commercio ma alla manipolazione;
- c) i prodotti preincartati o venduti nei luoghi di produzione o di vendita al consumatore finale e per la loro vendita immediata (es. affettati incartati al banco di un negozio di alimentari);
- d) i prodotti confezionati in recipienti il cui lato più grande abbia una superficie inferiore a 10 cm²;
- e) i gelati monodose (la dicitura del lotto deve essere tuttavia riportata sull’imballaggio globale).

Con il termine “lotto” si identifica **una quantità omogenea di prodotto lavorata in condizioni praticamente identiche** e viene apposto mediante un codice numerico o alfanumerico attribuito dal produttore e preceduto dalla lettera “L” o dall’indicazione “Lotto”.

Il Ministero dello Sviluppo Economico può fissare, annualmente, modalità di indicazione del lotto per le categorie di prodotti che ricevono sostegni comunitari (ad esempio le conserve di ortofrutticoli). Questi prodotti possono utilizzare lettere dell'alfabeto sostitutive alla "L" per indicare il lotto.

Il lotto è una informazione molto importante per il consumatore perché consente di identificare chiaramente, in caso di richiamo, se il prodotto alimentare in proprio possesso è a rischio o meno.

RITIRO/RICHIAMO: CHE DIFFERENZA?

Il Codice del Consumo definisce *ritiro* le misure volte ad impedire la distribuzione di un prodotto perché ritenuto potenzialmente pericoloso. Il *richiamo* comprende, invece, le misure volte ad ottenere la restituzione di un prodotto (potenzialmente) pericoloso che il fabbricante/distributore ha già immesso in commercio.

4.8 Istruzioni per l'uso

Sono le informazioni necessarie per consumare correttamente l'alimento e diventano obbligatorie solo nei casi in cui ce ne sia realmente bisogno (es. prodotti che necessitano di operazioni di cottura, assemblaggio di più ingredienti, scongelamento, ecc.).

Rientrano in questo ambito le indicazioni tipo "*Scaldare in forno a 180° per 20 minuti*", "*Tempo di cottura: 15 minuti*", "*Una volta aperto conservare in frigorifero*", ecc.

4.9 Modalità di conservazione

Questa tipologia di informazioni è obbligatoria solo per quei prodotti che necessitano di eventuali accorgimenti in merito al luogo di conservazione: nel caso del latte, ad esempio, la dicitura obbligatoria da riportare sulla confezione è "*Conservare ad una temperatura non superiore a 4°C*".

Per gli alimenti di lunga durata, invece, le informazioni più utilizzate sono "*Tenere lontano da fonti di calore*" oppure "*Tenere lontano dalla luce*".

L'applicazione delle modalità di conservazione riportate in etichetta garantisce il mantenimento delle caratteristiche chimico-fisiche ed organolettiche ottimali e, pertanto, anche la shelf-life del prodotto.

4.10 Origine o provenienza

L'indicazione dell'origine o della provenienza geografica di un alimento diventa un'informazione obbligatoria solo nei casi in cui la sua assenza potrebbe trarre in errore il consumatore sulla reale origine o provenienza del prodotto. In altre parole se due prodotti sono uguali, ma provenienti da Paesi diversi, e non presentano alcuna differenza sul piano merceologico, chimico, organolettico, non vi è alcuna necessità di indicare l'origine in quanto questa non sarebbe un'informazione necessaria o di utilità

al consumatore per effettuare la sua scelta di acquisto. Del resto i riferimenti al responsabile commerciale (così come riportati al § 4.3) sono più che sufficienti per far capire al consumatore la provenienza di un alimento.

Tuttavia il legislatore comunitario ha ritenuto necessario rendere obbligatoria l'indicazione dell'origine in etichetta per alcune tipologie di prodotti la cui provenienza geografica può incidere sostanzialmente sulle caratteristiche chimico fisiche e/o organolettiche.

I prodotti alimentari che devono riportare in etichetta i riferimenti al Paese (inteso come Stato o Nazione) e/o alla zona di origine sono:

ALIMENTO	MODALITA' DI INDICAZIONE DELL'ORIGINE
Ortofrutticoli freschi	Nome del Paese e, facoltativamente, della sottozona (es. Italia – Toscana).
Uova	Sigla del Paese apposta sul guscio (es. IT).
Carni di pollo e di volatili	Nome del Paese apposta in etichetta.
Carni bovine	Nome del Paese di nascita, di ingrasso e di macello.
Latte fresco pastorizzato Latte fresco pastorizzato di alta qualità	Nome della Provincia degli allevamenti.
Pesci, crostacei e molluschi	Nome del Paese di origine assieme alla tecnica di produzione (pescato/allevato).
Miele	Nome del Paese e, facoltativamente, della sottozona (es. Italia – Toscana).
Olio di oliva	Nome del Paese dove sono state raccolte le olive ed estratto l'olio.
Vino	Nome del Paese dove sono state raccolte le uve e prodotto il vino.

Per tutti gli altri prodotti alimentari, non inclusi nelle suddette categorie, l'indicazione dell'origine è vietata.

5. Etichettatura dei prodotti sfusi e preincartati

Gli alimenti commercializzati sfusi o incartati al momento dell'acquisto da parte del consumatore soggiacciono a regole di etichettatura meno restrittive rispetto a quelle dei prodotti preconfezionati, finalizzate a facilitare le operazioni di vendita garantendo, al contempo, l'adeguata informazione e tutela del consumatore.

Le indicazioni obbligatorie per questa categoria di prodotti sono:

1. denominazione di vendita;
2. elencazione degli ingredienti, salvo i casi in cui il prodotto ne è esente (cfr. § 4.2);
3. negli alimenti surgelati, il peso totale e il peso al netto della glassatura.

A queste vanno poi aggiunte:

- a) per le paste fresche: la data di scadenza;
- b) per i prodotti ortofrutticoli: la varietà, l'origine e il calibro/categoria;
- c) per i prodotti della pesca: la tecnica di produzione (pescato/allevato) e la zona di origine;
- d) per i prodotti a base di carne: la quantità netta e il lotto;
- e) per le bevande contenenti alcool in quantità superiore a 1,2% in volume: il titolo alcolometrico volumico;
- f) per i prodotti particolarmente deperibili: le modalità di conservazione.

Tali informazioni devono essere apposte sul prodotto e/o sulla confezione che lo contiene e/o sul banco di vendita; nei casi più comuni è possibile trovare vicino al bancone dove sono esposti gli alimenti un c.d. "Libro degli ingredienti", a disposizione dei clienti, nel quale è riportata la descrizione di ogni singolo prodotto commercializzato.

Le indicazioni obbligatorie che devono figurare sui principali prodotti agroalimentari

Olio extravergine di oliva



1. Denominazione di vendita seguita dalla dicitura "Olio di categoria superiore ottenuto direttamente dalle olive e unicamente mediante procedimenti meccanici";
2. Riferimenti al responsabile commerciale (nome e/o marchio + indirizzo);
3. Sede dello stabilimento di confezionamento seguito dal codice alfanumerico identificativo della provincia;
4. Indicazione del Paese di origine, dove sono state raccolte le olive e dove è stato ottenuto l'olio;
5. Quantità;
6. Termine minimo di conservazione;
7. Lotto.

Vino DOC/DOCG/IGT



1. Denominazione di vendita, seguita da DOC/DOCG/IGT, in sigla o per esteso;
2. Titolo alcolometrico volumico;
3. Indicazione del Paese di origine, dove sono state raccolte le uve e dove è stato ottenuto il vino;
4. Riferimenti all'imbottigliatore (nome e/o marchio + indirizzo);
5. Indicazioni relative alla presenza di allergeni;
6. Lotto;
7. Indicazione della quantità.

Salumi



1. Denominazione di vendita;
2. Riferimenti al responsabile commerciale (nome e/o marchio + indirizzo);
3. Bollo comunitario e, facoltativamente, la sede dello stabilimento di confezionamento;
4. Elenco degli ingredienti;
5. Termine minimo di conservazione;
6. Lotto;
7. Modalità di conservazione.

Formaggi



1. Denominazione di vendita;
2. Riferimenti al responsabile commerciale (nome e/o marchio + indirizzo);
3. Bollo comunitario e, facoltativamente, la sede dello stabilimento di confezionamento;
4. Elenco degli ingredienti;
5. Termine minimo di conservazione;
6. Lotto;
7. Modalità di conservazione.

Prodotti DOP/IGP



In aggiunta alle informazioni obbligatorie previste per il prodotto, devono comparire:

1. l'indicazione DOP/IGP, in acronimo o per esteso, dopo la denominazione;
2. l'indicazione "Garantito dal Ministero politiche agricole alimentari e forestali ai sensi dell'art. 10 del Regolamento CE n. 510/2006";
3. il simbolo comunitario (facoltativo).

Prodotti Biologici



In aggiunta alle informazioni obbligatorie previste per il prodotto, devono comparire:

1. l'indicazione biologico (o bio o eco) in riferimento alla denominazione di vendita o agli ingredienti di origine;
2. Codice identificativo dell'operatore seguito dall'indicazione "Organismo di controllo autorizzato con D.M. MiPAAF n. XXX";
3. Logo comunitario (obbligatorio dal 01/07/2010).

6. Etichettatura degli allergeni

Gli allergeni sono ingredienti o sostanze che se ingerite possono determinare allergie e intolleranze nei consumatori, rappresentando un pericolo serio per le persone che soffrono di queste patologie.

Sebbene le allergie alimentari siano da sempre esistite, è solo negli ultimi anni che i consumatori ne hanno preso una maggiore coscienza, anche perché molte sono state le variazioni che si sono verificate nell'ambito delle abitudini alimentari.

Ciò ha spinto il legislatore comunitario a definire delle misure preventive atte a garantire la salute e la tutela dei consumatori con particolare riferimento alle categorie sensibili; è stata pertanto pubblicata la **Direttiva 2003/89/CE** recepita in Italia dai **Decreti Legislativi n. 114 del 8 febbraio 2006 e n. 178 del 27 settembre 2007**.

Le regole introdotte dalla normativa comunitaria in materia di allergeni hanno come sostanziale obiettivo quello di rendere obbligatoria in etichetta l'indicazione di tutte le sostanze allergeniche che entrano a far parte di un alimento, siano esse ingredienti, additivi, aromi, coadiuvanti tecnologici o altro.

ELENCO DEGLI ALLERGENI

- cereali contenenti glutine (grano, segale, orzo, avena, farro, kamut o i loro ceppi ibridati, inclusi i loro prodotti derivati) tranne: sciroppi di glucosio a base di grano incluso destrosio, maltodestrine a base di grano, sciroppi di glucosio a base d'orzo, cereali utilizzati per la fabbricazione di distillati o di alcool etilico di origine agricola per liquori ed altre bevande alcoliche;
- crostacei e prodotti a base di crostacei;
- uova e prodotti derivati di tutte le specie di animali ovipari;
- pesce e prodotti a base di pesce tranne: gelatina di pesce utilizzata come supporto per preparati di vitamine o carotenoidi, gelatina o colla di pesce utilizzata come chiarificante nella birra e nel vino;
- arachidi e prodotti a base di arachidi;
- soia e prodotti a base di soia tranne: olio e grasso di soia raffinato, tocoferoli misti naturali (E 306), tocoferolo D-alfa naturale, tocoferolo acetato D-alfa naturale, tocoferolo succinato D-alfa naturale a base di soia, oli vegetali derivati da fitosteroli e fitosteroli esteri a base di soia, estratto di stanolo vegetale prodotto da steroli di olio vegetale a base di soia;
- latte e prodotti derivati, incluso il lattosio, tranne: siero di latte utilizzato per la fabbricazione di distillati o di alcool etilico di origine agricola per liquori ed altre bevande alcoliche, lattitolo;
- frutta a guscio: mandorle, nocciole, noci comuni, noci di acagiù, noci pecan, noci del Brasile, pistacchi, noci del Queensland, inclusi i loro prodotti derivati tranne: frutta a guscio utilizzata per la fabbricazione di distillati o di alcool etilico di origine agricola per liquori ed altre bevande alcoliche;
- sedano e prodotti a base di sedano;
- senape e prodotti a base di senape;
- semi di sesamo e prodotti a base di semi di sesamo;
- anidride solforosa e solfiti in concentrazioni superiori a 10/mg/kg o 10 mg/l espressi come SO₂;
- lupini e prodotti a base di lupini;
- molluschi e prodotti a base di molluschi.

Rientrano nel campo di applicazione della normativa anche i prodotti derivati da queste sostanze quali, ad esempio, la lisozima prodotta dalle uova ed utilizzata come additivo

del vino, la gelatina di pesce impiegata come supporto per la preparazione di vitamine o di carotenoidi, le caseine e via dicendo.²

Se il prodotto alimentare contiene già nella sua denominazione di vendita il riferimento all'allergene (ad esempio "*Cioccolato al latte*"), non sono previste ulteriori informazioni che devono figurare in etichetta.

Se, invece, l'allergene o la sostanza da esso derivata non è presente nella denominazione di vendita esso dovrà essere menzionato in etichetta utilizzando uno dei modi seguenti:

- a) inserendolo nell'elenco degli ingredienti, anche se rientra in uno dei possibili casi di esclusione;
- b) riportandolo in etichetta preceduto dalla menzione "contiene" oppure "può contenere", se l'elenco degli ingredienti non è obbligatorio (ad esempio nel caso del vino).



Lazio Igt – vino rosso

Ingredienti: elenco non obbligatorio

Dicitura prevista dal D. Lgs. 114/06: "*Contiene solfiti*" oppure "*Contiene anidride solforosa*"

Gli allergeni devono, dunque, essere sempre e comunque menzionati in etichetta perché avendo natura allergica devono essere comunicati chiaramente al consumatore.

Prima dell'entrata in vigore della Direttiva allergeni	A seguito dell'entrata in vigore della Direttiva allergeni
Olio vegetale	Olio di nocciola
Emulsionanti: lecitine oppure Emulsionante: E 322	Emulsionanti: lecitina di soia
Aroma vegetale	Aroma contenente senape
Sciroppo di glucosio	Sciroppo di glucosio da frumento
Ortaggi in proporzione variabile	Ortaggi in proporzione variabile (carote, sedano, cipolle)

Se l'alimento non contiene allergeni, ma vi è la ragionevole possibilità di contaminazione accidentale di sostanze allergeniche (dovuta, ad esempio, alla presenza di allergeni nello stabilimento produttivo o di macchinari che ne eseguono la manipolazione) il fabbricante può riportare in etichetta la dicitura "*Può contenere tracce di*" seguito dal nome del potenziale allergene.

² La lista degli allergeni è suscettibile di continui aggiornamenti, inserimenti e cancellazioni, che la Commissione Europea, attraverso il parere scientifico dell'EFSA – Agenzia Europea per la Sicurezza Alimentare, provvederà ad effettuare in relazione ai risultati delle costanti attività di ricerca svolte sugli alimenti.

6.1 Etichettatura dei prodotti per persone intolleranti al glutine

L'industria alimentare, negli ultimi anni, ha elaborato una vasta gamma di prodotti presentati come "senza glutine" (o con termini equivalenti) diretti alle persone affette da celiachia, ovvero l'intolleranza permanente al glutine.

Il glutine - proteina presente nei cereali quali frumento, segale, orzo e avena - è un allergene che può provocare effetti negativi per la salute delle persone intolleranti che devono, quindi evitare ogni contatto con questa sostanza. In alcuni casi l'intolleranza è "totale", in altri, invece, parziale poiché si possono tollerare piccole quantità di glutine.

In virtù delle varie casistiche che si possono presentare e dell'accresciuta presenza sul mercato dei prodotti per celiaci etichettati in maniera differente, la Commissione Europea ha ritenuto necessario intervenire con un Regolamento che, a livello comunitario, definisse regole chiare per la commercializzazione e medesimi livelli di tutela del consumatore.

Il 20 gennaio 2009 è stato quindi pubblicato il **Reg. Ce 41/2009** "relativo alla composizione e all'etichettatura dei prodotti alimentari adatti alle persone intolleranti al glutine". In base a quanto disposto dal Regolamento in etichetta dei prodotti alimentari destinati alle persone intolleranti al glutine possono figurare le seguenti indicazioni:

- "con contenuti di glutine molto basso", solo se il contenuto di glutine presente nell'alimento non supera 100 mg/kg;
- "senza glutine", solo se il contenuto di glutine presente nell'alimento non supera 20 mg/kg.

L'avena contenuta nei prodotti alimentari destinati alle persone intolleranti al glutine deve essere stata prodotta, preparata e/o lavorata in modo tale da evitare ogni possibile contaminazione da parte degli altri cereali contenenti glutine (frumento, segale, orzo e/o delle loro varietà incrociate); inoltre il suo contenuto di glutine non deve superare i 20 mg/kg.



Il marchio Spiga Barrata identifica tutti i prodotti alimentari, dietetici e convenzionali, che presentano un contenuto di glutine inferiore ai 20 mg/kg. Il marchio registrato è di proprietà dell'AIC - Associazione Italiana Celiachia - ed ha l'obiettivo di consentire una più agevole e facile identificazione degli alimenti idonei alla dieta del celiaco, nonché di garantire un ulteriore controllo sulla effettiva composizione dell'alimento. L'accertamento della compatibilità delle caratteristiche dell'alimento all'utilizzo del marchio verrà condotto dalla stessa AIC attraverso controlli ed analisi svolte da una struttura tecnica dell'Associazione (per maggiori informazioni consultare il sito dell'AIC www.celiachia.it).

7. Le indicazioni facoltative

Le indicazioni facoltative hanno lo scopo di fornire maggiori informazioni in merito alle caratteristiche dell'alimento. Esse possono essere riferite a particolari metodi di lavorazione (es. impiego di strumenti tradizionali), alla qualità delle materie prime (es. cultivar impiegate), alle proprietà dell'alimento, e via dicendo. Gli operatori possono fornire al consumatore, attraverso l'etichetta, tutte le informazioni che ritengono utili per qualificare meglio il proprio prodotto.

La regola generale per l'utilizzo di queste indicazioni, richiamandosi al Codice del consumo, impone la **veridicità delle informazioni** (cfr § 2): tutto ciò che viene comunicato al consumatore mediante l'etichetta (o altri supporti informativi) deve corrispondere al vero, e deve essere supportato da evidenze documentali che le Autorità competenti verificheranno durante i controlli presso l'azienda. Le indicazioni facoltative, inoltre, non possono in alcun modo sostituire quelle obbligatorie, che devono essere sempre presenti in etichetta.

Nei paragrafi successivi approfondiremo le tipologie di indicazioni facoltative più comuni e diffuse, ovvero le indicazioni nutrizionali e quelle commerciali.

7.1 L'etichetta e le indicazioni nutrizionali

La ricerca scientifica sugli alimenti ha evidenziato che alcune sostanze nutritive (vitamine, sali minerali, amminoacidi, acidi grassi essenziali, fibre, estratti di erbe, ecc.) hanno un effetto positivo sulla salute umana. Negli ultimi anni, pertanto, si è assistito ad un crescente numero di prodotti che richiamano, in etichetta o attraverso la pubblicità, questi elementi.

Gli alimenti promossi con queste indicazioni possono essere percepiti dal consumatore come portatori di un beneficio nutrizionale, fisiologico o, in generale, positivo per la salute. Questo crea un indubbio vantaggio commerciale perché può influenzare direttamente gli acquisti dei consumatori oltre che le loro modalità di assunzione dell'alimento.

La Commissione Europea ha pertanto ritenuto necessario intervenire in questo settore stabilendo principi generali, applicabili per la pubblicità ed etichettatura di questa particolare tipologia di alimenti, finalizzati a garantire un elevato livello di tutela dei consumatori e la piena consapevolezza delle scelte di acquisto. A queste motivazioni si affiancano anche quelle dirette a garantire la correttezza negli scambi commerciali tra i diversi operatori economici: la presenza di differenti disposizioni nazionali relative alle indicazioni nutrizionali e salutistiche può impedire la libera circolazione degli alimenti ed instaurare condizioni di concorrenza disuguali.

Sulla base di queste considerazioni è stato pubblicato il **Reg. Ce 1924/2006**, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari: il Regolamento individua tre diverse categorie di indicazioni (o, in inglese, *claims*) che possono essere riportate su etichette e pubblicità - *indicazioni nutrizionali*, *indicazioni sulla salute* e *indicazioni relative alla riduzione di un rischio di malattia* - fornendo, per ciascuna di esse, i requisiti specifici di utilizzo. La normativa comunitaria

va ad integrarsi alla normativa nazionale, già presente in Italia con il **D. Lgs. 16 febbraio 1993 n. 77**, relativa alle modalità di predisposizione della tabella nutrizionale, che deve obbligatoriamente figurare sui prodotti che recano tali indicazioni.

Per quanto riguarda le condizioni generali di utilizzo dei claims che approfondiremo in questo capitolo, il Reg. Ce 1924/2006 precisa che essi:

- non devono essere falsi, ambigui o fuorvianti;
- non devono incoraggiare consumi eccessivi del cibo;
- non devono far nascere o sfruttare timori nei consumatori;
- devono essere comprensibili per il consumatore medio ovvero quello che la giurisprudenza comunitaria ha definito come "normalmente informato, ragionevolmente attento e cauto";
- devono essere formulati sulla base di prove scientificamente accertate, rese disponibili alle Autorità competenti dei controlli se richiesto, tenendo conto di tutti i dati scientifici disponibili e valutando gli elementi di prova.

Approfondiamo le caratteristiche delle tre diverse categorie di claims.

7.1.1 I claims nutrizionali e la tabella nutrizionale

Sono i claims che informano il consumatore sul possesso o meno di determinati nutrienti in misura maggiore o minore rispetto alla media degli altri alimenti appartenenti alla stessa categoria.

Le tipologie di claims nutrizionali ammesse sul territorio comunitario sono definite all'allegato 1 del Reg. Ce 1924/06, assieme ai loro requisiti d'uso, e sono di seguito riportate.

I CLAIMS NUTRIZIONALI AMMESSI IN AMBITO COMUNITARIO

A BASSO CONTENUTO CALORICO

L'indicazione che un alimento è a basso contenuto calorico e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 40 kcal (170 kJ)/100 g per i solidi o più di 20 kcal (80 kJ)/100 ml per i liquidi. Per gli edulcoranti da tavola si applica il limite di 4 kcal (17kJ)/dose unitaria equivalente a un cucchiaino di zucchero.

A RIDOTTO CONTENUTO CALORICO

L'indicazione che un alimento è a ridotto contenuto calorico e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il valore energetico è ridotto di almeno il 30%, con specificazione delle caratteristiche che provocano una riduzione nel valore energetico totale dell'alimento.

SENZA CALORIE

L'indicazione che un alimento è senza calorie e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 4 kcal (17 kJ)/100 ml. Per gli edulcoranti da tavola si applica il limite di 0,4 kcal (1,7kJ)/dose unitaria equivalente a un cucchiaino di zucchero.

A BASSO CONTENUTO DI GRASSI

L'indicazione che un alimento è a basso contenuto di grassi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 3 g di grassi per 100 g per i solidi o 1,5 g di grassi per 100 ml per i liquidi (1,8 g di grassi per 100 ml nel caso del latte parzialmente scremato).

SENZA GRASSI

L'indicazione che un alimento è senza grassi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 0,5 g di grassi per 100 g o 100 ml. Le indicazioni con la dicitura «X % SENZA GRASSI » sono tuttavia proibite.

A BASSO CONTENUTO DI GRASSI SATURI

L'indicazione che un alimento è a basso contenuto di grassi saturi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se la somma degli acidi grassi saturi e degli acidi grassi trans contenuti nel prodotto non supera 1,5 g/100 g per i solidi o 0,75 g/100 ml per i liquidi; in entrambi i casi la somma degli acidi grassi saturi e acidi grassi trans non può corrispondere a più del 10% dell'apporto energetico.

SENZA GRASSI SATURI

L'indicazione che un alimento è senza grassi saturi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se la somma degli acidi grassi saturi e acidi grassi trans non supera 0,1 g di grassi saturi per 100 g o 100 ml.

A BASSO CONTENUTO DI ZUCCHERI

L'indicazione che un alimento è a basso contenuto di zuccheri e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 5 g di zuccheri per 100 g per i solidi o 2,5 g di zuccheri per 100 ml per i liquidi.

SENZA ZUCCHERI

L'indicazione che un alimento è senza zuccheri e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 0,5 g di zuccheri per 100 g o 100 ml.

SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI

L'indicazione che all'alimento non sono stati aggiunti zuccheri e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto non contiene mono o disaccaridi aggiunti o ogni altro prodotto alimentare utilizzato per le sue proprietà dolcificanti. Se l'alimento contiene naturalmente zuccheri, l'indicazione seguente deve figurare sull'etichetta: «CONTIENE IN NATURA ZUCCHERI ».

A BASSO CONTENUTO DI SODIO/SALE

L'indicazione che un alimento è a basso contenuto di sodio/sale e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 0,12 g di sodio, o un valore equivalente di sale, per 100 g o 100 ml. Per le acque diverse dalle acque minerali naturali che rientrano nel campo di applicazione della direttiva 80/777/CEE, questo valore non deve superare 2 mg di sodio per 100 ml.

A BASSISSIMO CONTENUTO DI SODIO/SALE

L'indicazione che un alimento è a bassissimo contenuto di sodio/sale e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 0,04 g di sodio, o un valore equivalente di sale, per 100 g o 100 ml. Tale indicazione non è utilizzata per le acque minerali naturali o per altre acque.

SENZA SODIO o SENZA SALE

L'indicazione che un alimento è senza sodio o senza sale e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 0,005 g di sodio, o un valore equivalente di sale, per 100 g.

FONTI DI FIBRE

L'indicazione che un alimento è fonte di fibre e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene almeno 3 g di fibre per 100 g o almeno 1,5 g di fibre per 100 kcal.

AD ALTO CONTENUTO DI FIBRE

L'indicazione che un alimento è ad alto contenuto di fibre e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene almeno 6 g di fibre per 100 g o almeno 3 g di fibre per 100 kcal.

FONTI DI PROTEINE

L'indicazione che un alimento è fonte di proteine e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se almeno il 12 % del valore energetico dell'alimento è apportato da proteine.

AD ALTO CONTENUTO DI PROTEINE

L'indicazione che un alimento è ad alto contenuto di proteine e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se almeno il 20 % del valore energetico dell'alimento è apportato da proteine.

FONTI DI [NOME DELLA O DELLE VITAMINE] E/O [NOME DEL O DEI MINERALI]

L'indicazione che un alimento è fonte di vitamine e/o minerali e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene almeno una quantità significativa di cui all'allegato della direttiva 90/496/CEE o una quantità prevista dalle deroghe di cui all'articolo 7 del regolamento (CE) n.1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 dicembre 2006 sull'aggiunta di vitamine e minerali e di talune sostanze di altro tipo agli alimenti.

AD ALTO CONTENUTO DI [NOME DELLA O DELLE VITAMINE] E/O [NOME DEL O DEI MINERALI]

L'indicazione che un alimento è ad alto contenuto di vitamine e/o minerali e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene almeno due volte il valore di una «fonte di [NOME DELLA O DELLE VITAMINE] e/o [NOME DEL O DEI MINERALI]».

CONTIENE [NOME DELLA SOSTANZA NUTRITIVA O DI ALTRO TIPO]

L'indicazione che un alimento contiene una sostanza nutritiva o di altro tipo, per cui non sono stabilite condizioni specifiche nel presente regolamento, e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto è conforme a tutte le disposizioni applicabili del presente regolamento, in particolare all'articolo 5. Per le vitamine e i minerali si applicano le condizioni dell'indicazione «FONTE DI ».

A TASSO ACCRESCIUTO DI [NOME DELLA SOSTANZA NUTRITIVA]

L'indicazione che il contenuto di una o più sostanze nutritive, diverse dalle vitamine e dai minerali, è stato accresciuto e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto è conforme alle condizioni stabilite per l'indicazione «FONTE DI» e l'aumento del contenuto è pari ad almeno il 30% rispetto a un prodotto simile.

A TASSO RIDOTTO DI [NOME DELLA SOSTANZA NUTRITIVA]

L'indicazione che il contenuto di una o più sostanze nutritive è stato ridotto e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se la riduzione del contenuto è pari ad almeno il 30% rispetto a un prodotto simile, ad eccezione dei micronutrienti, per i quali è accettabile una differenza del 10% nei valori di riferimento di cui alla direttiva 90/496/CEE del Consiglio, e del sodio o del valore equivalente del sale, per i quali è accettabile una differenza del 25%.

LEGGERO/LIGHT

L'indicazione che un prodotto è «LEGGERO» o «LIGHT» e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono soggette alle stesse condizioni fissate per il termine «RIDOTTO»; l'indicazione è inoltre accompagnata da una specificazione delle caratteristiche che rendono il prodotto «LEGGERO» o «LIGHT».

NATURALMENTE/NATURALE

Se un alimento soddisfa in natura le condizioni stabilite dal presente allegato per l'impiego di un'indicazione nutrizionale, il termine «NATURALMENTE/NATURALE» può essere inserito all'inizio dell'indicazione.

FONTE DI ACIDI GRASSI OMEGA-3

L'indicazione che un alimento è fonte di acidi grassi omega-3 e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene almeno 0,3 g di acido alfa-linolenico per 100 g e per 100 kcal oppure almeno 40 mg della somma di acido eicosapentanoico e acido docosaesaenoico per 100 g e per 100 kcal.

RICCO DI ACIDI GRASSI OMEGA-3

L'indicazione che un alimento è ricco di acidi grassi omega-3 e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene almeno 0,6 g di acido alfa-linolenico per 100 g e per 100 kcal oppure almeno 80 mg della somma di acido eicosapentanoico e acido docosaesaenoico per 100 g e per 100 kcal.

RICCO DI GRASSI MONOINSATURI

L'indicazione che un alimento è ricco di grassi monoinsaturi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se almeno il 45% degli acidi grassi presenti nel prodotto derivano dai grassi monoinsaturi e a condizione che i grassi monoinsaturi apportino oltre il 20% del valore energetico del prodotto.

RICCO DI GRASSI POLINSATURI

L'indicazione che un alimento è ricco di grassi polinsaturi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se almeno il 45% degli acidi grassi presenti nel prodotto derivano dai grassi polinsaturi e a condizione che i grassi polinsaturi apportino oltre il 20% del valore energetico del prodotto.

RICCO DI GRASSI INSATURI

L'indicazione che un alimento è ricco di grassi insaturi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se almeno il 70% degli acidi grassi presenti nel prodotto derivano da grassi insaturi e a condizione che i grassi insaturi apportino oltre il 20% del valore energetico del prodotto.

Quando sull'etichetta o nella pubblicità di un alimento figura uno o più claims nutrizionali è anche obbligatoria la presenza della **tabella nutrizionale**.

La tabella può essere elaborata in due modalità:

1. **modalità a:** riporta le indicazioni relative a valore energetico, quantità di proteine, carboidrati e grassi;

2. **modalità b:** riporta le indicazioni relative a valore energetico, quantità di proteine, carboidrati, zuccheri, grassi, acidi grassi saturi, fibre alimentari e sodio.

La modalità b è obbligatoria se si riporta in etichetta una indicazione relativa al contenuto di zuccheri, acidi grassi saturi, fibre o sodio.

Alle informazioni minime previste da ciascuna delle due modalità, l'operatore può facoltativamente aggiungerne altre relativamente ad uno o più seguenti nutrienti: amido, polialcoli, acidi grassi monoinsaturi e/o polinsaturi, colesterolo; possono essere aggiunte informazioni relative a vitamine e sali minerali se questi elementi sono presenti nella misura pari ad almeno il 15% della dose giornaliera raccomandata (RDA) riportata nella tabella seguente:

Vitamine/Sali minerali e relativa dose giornaliera raccomandata

Vitamina A	mcg 800	Vitamina B12	mcg 1
Vitamina D	mcg 5	Biotina	mg 0,15
Vitamina E	mg 12	Acido pantotenico	mg 6
Vitamina C	mg 80	Calcio	mg 800
Diammina	mg 1,4	Fosforo	mg 800
Riboflavina	mg 1,6	Ferro	mg 14
Niacina	mg 18	Magnesio	mg 300
Vitamina B6	mg 2	Zinco	mg 15
Folacina	mcg 200	Iodio	mcg 150
Vitamina K	µg 75	Tiammina	mg 1.1
Riboflavina	mg 1.4	Niacina	mg 16
Biotina	µg 50	Acido pantotenico	mg 6
Potassio	mg 2000	Cloruro	mg 800
Rame	mg 1	Manganese	mg 2
Fluoruro	mg 3.5	Selenio	µg 55
Cromo	µg 40	Molibdeno	µg 50
Iodio	µg 150		

I nutrienti facoltativi diventano obbligatori quando essi sono oggetto di un claims nutrizionale (es. "*Fonte di vitamina A*").

Sono previste alcune regole che gli operatori devono rispettare nel predisporre la tabella nutrizionale, ovvero:

- i valori devono essere espressi sempre in forma numerica e devono fare riferimento a 100 g o a 100 ml; possono, inoltre, essere espressi anche per razione (o porzione) di prodotto se questa è chiaramente quantificata e indicata in etichetta;
- il valore energetico ed il tenore dei nutrienti o i loro componenti devono essere espressi numericamente; le unità di misura da usare sono riportate nella tabella seguente:

Indicazione	Unità di misura
Valore energetico	Kcal e kJ
Proteine	grammi (g)
Carboidrati	grammi (g)
Grassi	grammi (g)
Fibre alimentari	grammi (g)
Sodio	grammi (g)
Colesterolo	milligrammi (mg)
Vitamine e Sali m.	vedi tabella 1

- c) le vitamine e i sali minerali devono essere seguiti dall'indicazione della % coperta rispetto alla RDA;
- d) è obbligatorio fare riferimento alla quantità di acidi grassi saturi solo se viene indicata la quantità di acidi grassi polinsaturi, acidi grassi monoinsaturi e colesterolo; tale informazione deve, inoltre, essere riportata nel seguente ordine:
Grassi (g) di cui:
saturi (g)
monoinsaturi (g)
polinsaturi (g)
colesterolo (mg)
- e) nel caso in cui vengano dichiarati gli zuccheri, i polialcoli o l'amido, la relativa indicazione deve seguire immediatamente quella relativa al tenore dei carboidrati; tale informazione deve, inoltre, essere riportata nel seguente ordine:
Carboidrati (g) di cui:
zuccheri (g)
polialcoli (g)
amido (g)
- f) i valori dichiarati devono essere valori medi e in quanto tali devono fare riferimento ad analisi effettuate dal produttore sull'alimento (o di ciascun ingrediente) o, in alternativa, sulla base di dati ufficiali generalmente accettati.

Dal punto di vista grafico le informazioni devono figurare su un'unica tabella con le cifre incolonnate (o qualora lo spazio non lo consentisse su una o più righe) in modo tale da essere ben visibili e chiaramente leggibili.

INFORMAZIONI NUTRIZIONALI		
VALORI MEDI	per 100g	per porzione (30g)
VALORE ENERGETICO Kcal	441	139
Kj	1856	585
PROTEINE	10,0	3,2
CARBOIDRATI	68,7	21,6
di cui zuccheri	3,0	0,9
GRASSI	14,0	4,4
di cui saturi	4,1	1,3
FIBRA ALIMENTARE	2,5	0,8
SODIO	1,100	0,347

I dati riportati in tabella sono puramente casuali ed al solo fine esemplificativo

Per i prodotti alimentari non preconfezionati o generalmente venduti previo frazionamento e per i prodotti preincartati, le informazioni nutrizionali possono figurare su un cartello posto in evidenza nel negozio di vendita del prodotto alimentare o accanto allo stesso o nel bancone ove è esposto.

7.1.2 I claims salutistici

Sono quei claims diretti ad informare il consumatore sui possibili benefici per la salute derivanti dal consumo dell'alimento.

Un elenco dei possibili claims salutistici e delle relative condizioni d'uso non è ancora stato definito.³ Per venire in contro alle esigenze delle aziende è stato definito un apposito regime transitorio che, fino al 2010, consentirà alle stesse di utilizzare claims salutistici da loro ideati, previa autorizzazione da parte dell'Autorità Europea per la Sicurezza degli Alimenti (EFSA) secondo una precisa istruttoria (esempi di questi claims sono *"Riduce l'invecchiamento cellulare"*, *"Facilita il transito intestinale"*, *"Migliora le funzioni dell'organismo"*, ecc.)

Oltre al rispetto delle condizioni generali d'uso (cfr. § 7.1), le indicazioni salutistiche devono essere accompagnate da:

- a) una dicitura relativa all'importanza di una dieta varia ed equilibrata e di uno stile di vita sano;
- b) la quantità dell'alimento e le modalità di consumo necessarie per ottenere l'effetto benefico indicato;
- c) ove necessario, una dicitura rivolta alle persone che dovrebbero evitare il consumo dell'alimento;
- d) un'avvertenza per i prodotti che, se consumati in dosi eccessive, potrebbero avere controindicazioni.

L'aggiunta di queste avvertenze è obbligatoria per prevenire nel consumatore l'erronea convinzione che sia sufficiente l'assunzione di questi prodotti per raggiungere e mantenere uno stato di benessere fisico, che invece dipende da un concorso di fattori.



Claim: "Migliora le funzione intestinali"

Indicazioni associate: *"Per ottenere la massima efficacia si consiglia di consumare il prodotto per almeno 1 settimana "; "Si raccomanda l'uso del prodotto associato ad uno stile di vita sano e ad una dieta equilibrata"; "Se consumato in dosi eccessive può avere effetti lassativi"; "Non somministrare ai bambini di età inferiore ai 5 anni".*

Non è invece consentito:

³ Infatti, come previsto all'art. 13 del Reg. Ce. 1924/06, entro il 31 gennaio 2008, gli Stati Membri avrebbero dovuto fornire alla Commissione gli elenchi delle indicazioni in uso sul loro territorio, corredate dalle condizioni di applicabilità; a seguito delle segnalazioni pervenute, la Commissione, sentito il parere dell'EFSA, deciderà entro i primi mesi del 2010 le indicazioni consentite, redigendo un apposito elenco.

- suggerire che il mancato consumo dell'alimento può creare problemi per la salute;
- fare riferimento alla percentuale o all'entità della perdita di peso corporeo nel consumatore che ingerisce l'alimento;
- dare indicazioni che fanno riferimento al parere di un singolo medico o altro operatore sanitario.

Una volta individuati dalla Commissione i claims salutistici ed il loro campo di applicazione, gli operatori del settore alimentare potranno utilizzarli previa richiesta di autorizzazione al competente organo nazionale (per l'Italia il Ministero della Salute).

7.1.3 I claims relativi alla riduzione di rischio di malattia

Una particolare tipologia di claims salutistici sono quelli relativi alla riduzione di rischio di malattia e quelli che si riferiscono allo sviluppo ed alla salute dei bambini (i c.d. *claims pediatrici*).

Le condizioni specifiche per l'utilizzo di questa tipologia di claims sono le stesse indicate per i claims salutistici; in aggiunta, però, dovrà essere sempre presente una dicitura indicante che la malattia, cui il claim fa riferimento, è dovuta a molteplici fattori di rischio e che l'intervento dell'alimento può avere un effetto benefico solo su una parte di essi.

Come per i salutistici, un elenco di questi claims non è stato ancora definito, e le aziende interessate ad adottarli dovranno presentare apposita domanda di autorizzazione come previsto dal Reg. Ce 1924/06 corredata dalla documentazione tecnica di supporto.

Sono, questi, claims utilizzati su alimenti altamente innovativi, ottenuti dalla ricerca e dalla innovazione aziendale. Rappresentano, quindi, prodotti particolari, al confine tra alimento e farmaco e, pertanto, soggetti ad un approfondito controllo, sia sulla produzione che sulla commercializzazione, da parte delle Autorità Comunitarie (EFSA) e nazionali (Ministero della Salute) competenti in materia.

7.2 I claims commerciali

Esistono altre tipologie di claims utilizzate per fini meramente commerciali, ovvero atti a evidenziare particolari caratteristiche merceologiche di un alimento.

I claims commerciali ammessi sono:

- "*extra*": può essere utilizzato solo se il prodotto presenta caratteristiche qualitative superiori rispetto alla media dei prodotti analoghi, in base a norme specifiche ad esso applicabili; nel settore delle conserve l'utilizzo della dicitura "extra" è disciplinato per i pomodori pelati e i concentrati di pomodoro e per le confetture di frutta;
- "*puro*": sta ad indicare l'esclusivo utilizzo di uno o più ingredienti, e viene usato in luogo di "*solamente*" o "*esclusivamente*"; ad esempio "*puro formaggio di pecora*" sta ad indicare che per realizzare il prodotto è stato utilizzato esclusivamente latte ovino e non di altre specie;
- "*fresco*": è utilizzato per indicare quei prodotti lavorati da poco tempo e serve per distinguerli da quelli destinati alla medio-lunga conservazione; il

- suo uso è riservato a specifiche categorie di alimenti e sulla base di norme nazionali o comunitarie: paste alimentari, latte, prodotti della pesca, uova;
- "*alta qualità*": è attribuibile solo in riferimento alla produzione di latte fresco e di prosciutto cotto.

In tutti gli altri casi non espressamente previsti da specifica normativa, nazionale o comunitaria, l'utilizzo di questi termini senza una reale motivazione è da ritenersi vietato e quindi oggetto di possibile sanzione (cfr. § 9).

8. Etichettatura di particolari categorie di alimenti

8.1 I prodotti DOP IGP e STG

Alcuni prodotti alimentari presentano caratteristiche chimico - organolettiche distintive rispetto agli altri appartenenti alla medesima categoria merceologica, che derivano dall'ambiente geografico in cui sono stati ottenuti o dal metodo di produzione.

Tenuto conto dell'importanza e del pregio che queste produzioni rivestono, la Commissione Europea ha istituito specifici strumenti per la loro tutela e valorizzazione valevoli su tutto il territorio Comunitario: tali strumenti sono la DOP – Denominazione di Origine Protetta - e l'IGP – Indicazione Geografica Protetta – disciplinate dal Reg. Ce 510/2006 e la STG – Specialità Tradizionale Garantita – disciplinata dal Reg. Ce 509/2006.

La **DOP** identifica il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese, che serve a designare un prodotto alimentare:

- originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese;
- la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente all'ambiente geografico, inclusivo dei fattori naturali e umani;
- la cui produzione, trasformazione e elaborazione avvengono all'interno dell'area geografica determinata.

Simbolo comunitario della DOP



Simbolo comunitario della IGP



Simbolo comunitario della STG



L'**IGP** identifica il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese, che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare:

- originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese;
- del quale una qualità determinata, la reputazione o altre caratteristiche possono essere attribuite all'origine geografica;

- la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione hanno luogo nell'area geografica determinata.

La **STG**, riconoscimento meno diffuso ma altrettanto importante, identifica un prodotto agricolo o alimentare che possiede delle specificità dovute essenzialmente alle materie prime impiegate e/o al metodo di produzione e trasformazione.

I prodotti alimentari che possono beneficiare della protezione **DOP IGP STG** sono:

Birre	Cocciniglia (prodotto greggio di origine animale)	Carni (e frattaglie) fresche
Bevande a base di estratti di piante	Fiori e piante ornamentali	Preparazioni di carni (scaldate, salate, affumicate, ecc.)
Prodotti della panetteria, pasticceria, confetteria e biscotteria	Lana	Formaggi
Gomme e resine naturali	Sughero	Altri prodotti di origine animale (uova, miele, prodotti lattiero-caseari di vario tipo, escluso il burro, ecc.)
Pasta di mostarda	Vimine	Grassi (burro, margarina, oli, ecc.)
Paste alimentari	Lino stigliato	Ortofrutticoli e cereali allo stato naturale o trasformati
Fieno	Sale	Pesci, molluschi, crostacei freschi e loro preparazioni
Oli essenziali	Cotone	Spezie, ecc.
Aceti di vino	Piatti composti *	Salse per condimento *
Minestre e brodi *	Gelati *	Sorbetti *

* prodotti che possono ottenere solo la protezione STG.

I riconoscimenti DOP, IGP e STG vengono rilasciati a seguito di una rigorosa istruttoria sulle caratteristiche del prodotto e il metodo di produzione. Questa valutazione vede coinvolti, a livello nazionale, il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e le Regioni dei territori interessati dalla produzione e, a livello comunitario, la Commissione Agricoltura.

Le denominazioni riconosciute vengono iscritte in un apposito registro gestito dalla Commissione stessa e reso pubblico attraverso il sito http://ec.europa.eu/agriculture/food/index_it.htm

L'ITALIA PRIMA IN EUROPA PER PRODOTTI DOP IGP STG

L'Italia vanta attualmente il primato europeo per numero di prodotti **DOP, IGP e STG**. I prodotti riconosciuti sono distribuiti su tutto il territorio nazionale e comprendono numerose categorie merceologiche: aceti, oli di oliva extravergine, salumi, formaggi, ortaggi e frutta, legumi, prodotti della panetteria, conserve, miele, oli essenziali e spezie.

L'elenco completo dei prodotti DOP, IGP e STG, diviso per Regioni e categorie merceologiche, è reperibile sul sito del Ministero delle Politiche Agricole e Alimentari - www.politicheagricole.it/default.html - alla sezione "Prodotti di qualità".

Le DOP o IGP sono tutelate giuridicamente contro ogni imitazione, evocazione o usurpazione nonché contro ogni altra prassi che possa indurre in inganno il consumatore sulla vera identità del prodotto. L'etichetta, pertanto, è uno strumento indispensabile per il consumatore in quanto aiuta a distinguere il prodotto originale da quello contraffatto.

Oltre alle indicazioni obbligatorie e/o facoltative previste dalla normativa nazionale, ed illustrate nei precedenti capitoli, i prodotti DOP e IGP devono obbligatoriamente riportare in etichetta:

- le indicazioni "Denominazione di origine protetta", "Indicazione geografica protetta" o "Specialità Tradizionale Garantita", eventualmente nei rispettivi acronimi (DOP, IGP, STG), immediatamente dopo la denominazione di vendita;
- per le DOP/IGP, la dicitura "Garantito dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali ai sensi dell'art. 10 del Reg. Ce n. 510/2006";
- per la STG, il simbolo comunitario.

In aggiunta a queste informazioni possono essere presenti:

- per le DOP e IGP, il relativo simbolo comunitario;
- il marchio identificativo del prodotto, del Consorzio di tutela o dell'Associazione promotrice della DOP/IGP/STG;
- eventuali ulteriori indicazioni specifiche previste dal disciplinare di produzione (es. cultivar, annata, varietà, ecc.).

8.2 L'etichettatura dei prodotti da agricoltura biologica

L'agricoltura biologica è un particolare metodo di gestione della produzione agricola basato sull'interazione tra le migliori pratiche ambientali, il mantenimento di un alto livello di biodiversità e la salvaguardia delle risorse territoriali, il tutto finalizzato ad una gestione eco-compatibile e sostenibile dell'agricoltura.

I principi e le modalità di produzione dell'agricoltura biologica sono stabiliti nel **Regolamento Ce 834/2007** del 28 giugno 2007, che abroga e sostituisce il Reg. Ce 2092/1991, primo atto normativo comunitario in materia.

L'art. 3 del Reg. Ce 834/07 individua gli obiettivi che la produzione biologica deve perseguire, ovvero: la qualità dei prodotti, la loro varietà, compatibilmente con l'utilizzo di procedimenti agricoli che non danneggino l'ambiente, la salute umana e il benessere degli animali. Il metodo di **produzione biologica esplica, pertanto, una duplice funzione**: da un lato sociale, provvedendo alle esigenze di un specifico target di consumatori, dall'altro ambientale, fornendo beni che contribuiscono alla tutela del territorio ed allo sviluppo sostenibile.

IL BIOLOGICO IN ITALIA

In Italia si registrano circa 50 mila operatori che applicano metodi biologici di cui oltre l'80% produttori, 6% trasformatori e 4% produttori-trasformatori. La distribuzione degli operatori sul territorio nazionale vede il maggior numero di aziende agricole biologiche in Sicilia, seguita dalla Calabria, mentre per il numero di aziende di trasformazione impegnate nel settore la leadership spetta all'Emilia Romagna seguita dal Veneto. Il principale comparto produttivo ad orientamento biologico è rappresentato dai cereali (23,1% del totale, più della metà grano duro) e dai foraggi (20,7%); seguono l'olivicoltura (11,4%) e la viticoltura (4%); sotto il 3% tutte le altre colture.

Le modalità di etichettatura dei prodotti biologici si differenziano a seconda che l'alimento sia ottenuto da:

1. materia prima interamente biologica o da ingredienti biologici in quantità maggiore al 95% in peso sul prodotto finito;
2. ingredienti biologici in quantità inferiore al 95% in peso sul prodotto finito;
3. sistema agricoli in conversione.

8.2.1 Alimenti interamente biologici o con una quota di ingredienti biologici > al 95%

In questi casi i termini "biologico", o le abbreviazioni "bio" ed "eco", possono comparire nella denominazione di vendita (es. *Pasta di grano duro biologica*) o nel suo stesso campo visivo.

Sull'etichetta devono essere presenti e nel seguente ordine:

1. il logo di produzione biologica, di cui alla figura sotto riportata; il logo può essere riportato anche in bianco e nero e deve avere un'altezza minima di 9 mm e una larghezza di 123,5 mm;

Logo di produzione biologica dell'Unione Europea, normale e in bianco e nero



2. il codice identificativo dell'Organismo di controllo preceduto dall'indicazione "Organismo di controllo autorizzato Mipaaf"; le prime due lettere del codice identificano il Paese (per l'Italia IT), segue il termine Bio che identifica la produzione biologica e il codice identificativo della struttura di controllo;
3. l'indicazione dell'origine, riportata utilizzando una delle seguenti diciture:
 - a. "Agricoltura UE" se il prodotto e/o i suoi ingredienti hanno origine comunitaria;
 - b. "Agricoltura non UE" se il prodotto e/o i suoi ingredienti provengono da un Paese terzo;

- c. "Agricoltura UE/non UE" se il prodotto e/o i suoi ingredienti provengono in parte dal territorio comunitario e in parte da un Paese terzo.

L'indicazione UE/non UE può essere sostituita dal nome del/i Paese/i; gli ingredienti che pesano meno del 2% rispetto alla quantità totale del prodotto, possono essere omessi ai fini dell'attribuzione dell'origine.

4. il codice dell'operatore, attribuito dall'Organismo di controllo.

Se l'alimento proviene da un Paese terzo il logo comunitario può essere apposto solo se figura anche il codice identificativo rilasciato dall'Organismo di controllo che ha effettuato le verifiche sull'operatore.

Le indicazioni dell'origine devono essere riportate in modo facilmente visibile, chiaramente leggibile e in caratteri di dimensioni non maggiori a quelli impiegati per la denominazione di vendita.

Dal 1° luglio 2010 il logo comunitario e l'indicazione dell'origine sono obbligatori sulle etichette.

In questi prodotti è vietata la presenza di OGM e/o di derivati da OGM; una soglia di tollerabilità in misura inferiore allo 0,9% (contaminazione accidentale) è tollerata purché chiaramente riportata in etichetta.

ETICHETTE CONFORMI ALLA PRECEDENTE NORMATIVA

Le regole di etichettatura dei prodotti biologici sono cambiate nei primi mesi del 2010. Per facilitare il passaggio dalla vecchia alla nuova normativa, e per non creare problemi agli operatori, gli imballaggi e le etichette predisposte sulla base della vecchia normativa potranno essere utilizzate fino ad esaurimento scorte e comunque entro e non **oltre il 1° luglio 2012**.

Le precedenti regole contemplavano l'utilizzo di un codice alfanumerico unico, per l'identificazione dell'organismo di controllo e del produttore, l'indicazione dei riferimenti del decreto di riconoscimento dell'organismo di controllo, la dicitura "Agricoltura biologica – Regime di controllo CE" e l'utilizzo di una delle tre versioni del precedente simbolo comunitario, di seguito riportato:



8.2.2 Alimenti che contengono ingredienti biologici in quantità < al 95%

I prodotti alimentari che contengono ingredienti biologici di origine agricola in quantità inferiore al 95% possono utilizzare i termini "biologico" (o le sue abbreviazioni "bio" ed "eco") esclusivamente in riferimento all'ingrediente e nell'apposita lista degli ingredienti; deve inoltre essere indicata la quota percentuale che l'ingrediente biologico ricopre sul totale degli ingredienti di origine agricola.

Il termine "biologico" (o le sue abbreviazioni "bio" ed "eco") deve essere riportato con colore, dimensione e tipo di caratteri identici a quelli utilizzati per indicare gli altri ingredienti.

E' vietato l'utilizzo del logo comunitario, dell'indicazione dell'origine nonché dei riferimenti all'Organismo di controllo responsabile delle verifiche sulle materie agricole di origine biologica.

8.2.3 Alimenti ottenuti da un sistema agricolo in conversione

Questa fattispecie include gli alimenti ottenuti da aziende agricole che hanno avviato il passaggio dal regime produttivo convenzionale a quello biologico sulla base di un piano di conversione la cui durata viene concordata con l'Organismo di controllo.

I prodotti agricoli ottenuti da aziende in conversione possono riportare in etichetta "prodotto in conversione all'agricoltura biologica" solo se:

- il periodo di conversione dura da almeno 12 mesi prima del raccolto;
- il prodotto è composto da un solo ingrediente vegetale (es. olio di oliva, caffè, nonché tutta la frutta e la verdura fresca);
- è presente in etichetta il codice identificativo rilasciato dalla struttura di controllo.

La dicitura "prodotto in conversione all'agricoltura biologica" deve essere riportata in colore, formato e tipologia di carattere tali da non metterla in evidenza rispetto alle altre e, soprattutto, rispetto alla denominazione di vendita.

E' vietato l'utilizzo del logo comunitario, dei termini "biologico" (o le sue abbreviazioni "bio" ed "eco") e dell'indicazione dell'origine, fino a quando non sarà terminato il periodo di conversione e l'azienda avrà positivamente superato le verifiche dell'Organismo di controllo.

8.3 Etichettatura degli organismi geneticamente modificati (OGM)

Il legislatore comunitario ha previsto un'apposita normativa in materia di tracciabilità ed etichettatura degli organismi geneticamente modificati, nonché degli alimenti e mangimi da essi derivanti, al fine di garantire ai consumatori una informazione accurata e tale da consentire scelte alimentari consapevoli.

Il quadro normativo di riferimento è composto da due regolamenti fondamentali:

1. il **Reg. Ce 1829/2003**, che definisce la procedura di valutazione comunitaria attraverso la quale gli alimenti che contengono OGM, o sono costituiti o derivati da OGM, devono essere valutati prima di esseri immessi sul mercato;
2. il **Reg. Ce 1830/2003**, che stabilisce le specifiche in materia di etichettatura e tracciabilità degli alimenti che contengono OGM, o che sono costituiti o derivati da OGM, e ne definisce le soglie per la presenza accidentale.

L'etichettatura degli OGM, come nel caso precedentemente illustrato degli allergeni, si fonda sul principio della "trasparenza": qualsiasi sostanza o ingrediente geneticamente modificato che entra a far parte dell'alimento deve essere chiaramente comunicato al consumatore mediante l'etichetta, purché presente in concentrazione superiore allo 0,9%.⁴

Nel caso di prodotti confezionati, la normativa comunitaria rende obbligatorio indicare gli ingredienti OGM, o quelli da essi derivanti, utilizzando una delle seguenti dizioni: "*[nome ingrediente] geneticamente modificato*" oppure "*prodotto con [nome ingrediente] geneticamente modificato*".

In alternativa, la dicitura può essere riportata alla fine dell'elenco degli ingredienti se a fianco dell'ingrediente OGM si pone un asterisco che la richiama; la dicitura, inoltre, deve essere riportata con caratteri di dimensioni uguali a quelli utilizzati per l'elenco degli ingredienti.

Qualora non sussista l'obbligo di inserire in etichetta la lista degli ingredienti (come nei casi riportati al § 4.2), deve comunque figurare una delle due diciture precedentemente menzionate, posizionata a fianco della denominazione di vendita oppure in un altro punto, purché facilmente individuabile dal consumatore.

Nel caso di prodotti alimentari commercializzati sfusi o preincartati la dicitura deve figurare sul bancone di vendita oppure a fianco del prodotto esposto e deve essere riportata con caratteri di grandezza tale da poter essere facilmente vista e letta.

Infine la dicitura "*OGM free*" può essere apposta in etichetta solo se in commercio esisto prodotti uguali contenenti OGM: sul territorio comunitario è ammesso l'utilizzo di mais e soia OGM quindi tale dicitura può essere presente solo su questi prodotti o sugli ingredienti da essi derivati.

LA PRESENZA DI OGM NEGLI ALIMENTI

Nel mercato comunitario, e quindi italiano, possono essere commercializzati la soia e il mais transgenici (soia RR e mais Mon 810) poiché gli unici che hanno superato i test di sicurezza dell'EFSA – Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare. Gli alimenti che contengono questi OGM, o ingredienti da essi derivati, devono indicare in etichetta la loro presenza solo se in concentrazione superiore allo 0,9%. Le verifiche fatte dal Ministero della Salute, che ha messo in atto un piano di monitoraggio degli organismi geneticamente modificati, hanno dimostrato che in Italia i prodotti alimentari contenenti OGM ci sono e che, con maggiore frequenza, si trovano in: amido di mais (presente nelle farine nella pasta), bevande con soia, budini, creme salate, fiocchi di cereali, integratori dietetici, impasti per dolci e snack salati.

⁴ Al di sotto di questa soglia i dispositivi tecnici di analisi non riescono ad identificare le sostanze mutate.

9. Controlli e regime sanzionatorio

I controlli in materia di etichettatura e composizione dei prodotti alimentari vengono svolti a livello nazionale e comunitario.

A **livello nazionale** la competenza spetta principalmente alle Aziende Sanitarie Locali, alle Agenzie Ambientali delle Regioni, al Nucleo Antisofisticazioni e all'Ispettorato Controllo Qualità (Icq).

Le principali fonti normative del regime sanzionatorio sono stabilite dal D. Lgs. 109/92 (vedi Tabella 1), nonché dagli artt. 515 (Frode in commercio)⁵ e 517 (Vendita di prodotti industriali con segni mendaci)⁶ del Codice Penale e dagli artt. 1218 e 2043 (Risarcimento per fatto illecito)⁷ del Codice Civile.

Tabella 1 – Fattispecie sanzionatorie contemplate dal D. Lgs. 109/92

Fattispecie	Sanzione pecuniaria
Irregolarità nei contenuti delle indicazioni riportate in etichetta per una o più delle indicazioni previste ed errori di natura formale.	Da € 600 a € 3.500
Irregolarità nelle informazioni di maggiore rilievo che devono essere contenute nelle etichette (es. data di scadenza, denominazione di vendita) o assenza di una o più delle indicazioni obbligatorie.	Da € 1.600 a € 9.500
Violazioni dei principi dell'etichettatura, informazioni false e ingannevoli al consumatore, infrazioni in materia di messaggi.	Da € 3.500 a € 18.000

Le sanzioni sono destinate ai responsabili dell'infrazione, siano essi i produttori, i confezionatori o i distributori dell'alimento.

La competenza in materia di applicazione delle sanzioni amministrative e pecuniarie spetta alle Regioni, Province e Province Autonome del territorio.

A **livello comunitario** il controllo sulla sicurezza degli alimenti sul mercato interno è assicurato dal RASFF - Sistema Allarme Rapido per gli alimenti e mangimi (Rapid Alert System for Food and Feed). Il sistema RASFF, attraverso una rete informatica che mette in collegamento le Autorità competenti dei 27 Paesi UE (oltre a Norvegia, Liechtenstein e Islanda), consente di scambiare informazioni in tempo reale sulle

⁵ Art. 515 c.p.: "Chiunque nell'esercizio di un'attività commerciale, ovvero in uno spaccio aperto al pubblico, consegna all'acquirente una cosa mobile per un'altra, ovvero una cosa mobile, per origine, provenienza, qualità o quantità, diversa da quella dichiarata o pattuita, è punito, qualora il fatto non costituisca un più grave delitto, con la reclusione fino a due anni o con la multa fino a Euro 2.065."

⁶ Art. 517 c.p.: "Chiunque pone in vendita o mette altrimenti in circolazione opere dell'ingegno o prodotti industriali, con nomi, marchi o segni distintivi nazionali o esteri, atti a indurre in inganno il compratore sull'origine, provenienza o qualità dell'opera o del prodotto, è punito, se il fatto non è preveduto come reato da altra disposizione di legge, con la reclusione fino ad un anno o con la multa fino a Euro 20.000".

⁷ Art. 1218 c.p. "Il debitore che non esegue esattamente (1307, 1453) la prestazione dovuta è tenuto al risarcimento del danno (2740), se non prova (1673, 1681, 1693, 1784, 1787, 1805-2, 1821) che l'inadempimento o il ritardo è stato determinato da impossibilità della prestazione derivante da causa a lui non imputabile (1256; att. 160)".

Art. 2043 c.p.: "Qualunque fatto doloso o colposo, che cagiona ad altri un danno ingiusto, obbliga colui che ha commesso il fatto a risarcire il danno".

misure di ritiro o richiamo degli alimenti immessi o in fase di immissione sul mercato, al fine di garantire la sicurezza dei consumatori. Le segnalazioni vengono classificate in due categorie principali: **Alert Notifications** (per alimenti già presenti sul mercato per i quali è necessario intraprendere azioni immediate) e **Information Notification** (alimenti che non hanno ancora raggiunto i mercati e che magari sono stati segnalati alle frontiere). Allorché si identifica un prodotto potenzialmente dannoso per la salute dei consumatori, il Paese che lo rileva invia una segnalazione al RASFF, indicando le caratteristiche del prodotto (denominazione, lotto, origine, ecc.) e la non conformità rilevata, in modo tale da informare tutti gli altri Paesi membri sui rischi potenziali; in caso di prodotto alimentare proveniente da un Paese terzo, si procede anche ad informare l'Autorità competente locale affinché adotti interventi correttivi quali la cancellazione degli stabilimenti dalla lista degli esportatori, il blocco delle esportazioni o l'intensificazione dei controlli alla frontiera.

RASFF – LE SEGNALAZIONI NEL 2009

Nel corso del 2009, così come del 2008, l'Italia risulta essere stato il primo Paese UE per numero di segnalazioni inviate, seguito dalla Germania, Gran Bretagna e Olanda. Le notifiche hanno fatto riferimento, principalmente, a contaminanti microbiologici e biologici (in particolare listeria e salmonelle), chimici (in particolare micotossine e melamina) e ad altre irregolarità di vario tipo (corpi estranei, OGM non autorizzati, etichettatura non conforme, cibi funzionali irregolari).

Il RASFF è un servizio attivo 24 ore su 24 per assicurare che le notifiche aventi carattere d'urgenza siano inviate, ricevute e abbiano risposta nel più breve tempo possibile.

Infine, per quanto riguarda le pratiche commerciali scorrette relative alla **pubblicità** dei prodotti alimentari, l'Autorità di Riferimento è l'Autorità Garante per la Concorrenza sul Mercato (AGCM). L'Autorità Garante per la Concorrenza sul Mercato, meglio nota come *Antitrust*, è un'istituzione pubblica indipendente dal Governo, istituita nel 1990, che agisce per la tutela della concorrenza tra imprese e tra imprese e consumatori. Tra le competenze dell'Antitrust vi è anche la lotta alla pubblicità ingannevole a danno del consumatore; in questo campo l'Antitrust interviene attraverso la conduzione di ispezioni, realizzate in collaborazione con la Guardia di Finanza, o anche attraverso segnalazioni esterne inoltrate da cittadini. In caso di accertamento della violazione l'Antitrust interviene anche commisurando sanzioni pecuniarie.

ALCUNE INFRAZIONI RISCOstrate DALL'ANTITRUST

L'AGCM è più volte intervenuta nel settore dei c.d. "novel food" ovvero quei prodotti ad alto profilo di marketing che utilizzano claims nutrizionali e salutistici. Ad esempio è stato contestato l'utilizzo di diciture in latino quali "*Iuvenis*" ed "*Immunitas*" poiché ingegnerebbero nel consumatore l'errata idea che si tratti di una sostanza esistente in natura avente le dichiarate proprietà benefiche, mentre trattasi di un mix o combinazione di sostanze di diverso tipo. L'AGCM ha, inoltre, più volte contestato l'utilizzo di dichiarazioni di approvazione del prodotto da parte di Associazioni professionali e di Federazioni (es. Medici, Pediatri, Dentisti, ecc.) come, ad esempio, l'apposizione del logo dell'Associazioni o di diciture tipo "*Approvato da ...*": molto spesso, come constatato dalle indagini svolte dall'AGCM, tali dichiarazioni sono basate su accordi commerciali di concessione del logo e non su valutazioni scientifiche sulle caratteristiche e performance del prodotto reclamizzato (l'elenco delle decisioni adottate dall'Antitrust in materia di pratiche commerciali e pubblicità ingannevole nel settore alimentare è consultabile al sito internet <http://www.agcm.it/>).

Dal novembre 2007 è possibile contattare il numero verde dell'Antitrust (**800166661**) per segnalare comportamenti scorretti di aziende o negozi. A queste segnalazioni, laddove si riscontrassero profili effettivamente rilevanti ai sensi della normativa vigente, faranno seguito specifici approfondimenti istruttori da parte degli uffici del Garante. Il servizio rientra nelle iniziative adottate dall'Antitrust a seguito dell'entrata in vigore dei due decreti legislativi che ne hanno ampliato competenze e poteri in materia di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette (tra le principali novità, la possibilità di aprire un'istruttoria d'ufficio, il rafforzamento dei poteri ispettivi anche con l'ausilio della Guardia di Finanza e l'aumento delle sanzioni, il cui tetto massimo è passato da 100.000 a 500.000 euro).

ETICHETTATURA DEI PRODOTTI COSMETICI



1. Quadro normativo di riferimento

Nella definizione generica di **cosmetico** rientrano un'ampia categoria di beni di largo consumo, considerati ormai di prima necessità e ad acquisto ricorrente.

L'etichettatura dei prodotti cosmetici è disciplinata a livello comunitario da apposite Direttive applicabili a tutti gli Stati Membri: ciò vuol dire che le regole di etichettatura approfondite alle pagine seguenti sono valide per tutti i Paesi dell'Unione Europea. Questa uniformità di approccio consente, da un lato, una migliore informazione e trasparenza verso i consumatori e, dall'altro, il corretto funzionamento del mercato interno perché armonizza le regole nazionali e sopprime le barriere commerciali al libero scambio tra i Paesi Membri.

Nello specifico l'etichettatura dei prodotti cosmetici è disciplinata dalla **Direttiva Ce 76/768/CEE** recepita in Italia dalla **Legge 11 ottobre 1986 n. 713**. Sebbene le molte modifiche ed integrazioni, questi provvedimenti normativi rimangono ad oggi i testi fondamentali in materia e, pertanto, verranno spesso richiamati nella presente Guida come strumenti indispensabili per conoscere le regole di etichettatura e di presentazione sul mercato dei prodotti cosmetici.

Rientrano nella definizione di cosmetico *"tutte quelle sostanze e preparazioni, diverse dai medicinali, destinate ad essere applicate sulle superfici esterne del corpo umano (pelle, unghie, labbra, ecc.) oppure sui denti e sulle mucose della bocca allo scopo esclusivo, o prevalente, di pulirli, profumarli, modificarne l'aspetto, coprire gli odori o per mantenerli in buono stato"* (Dir. 76/768/CE).

L'elenco completo dei prodotti cosmetici riconosciuti dall'ordinamento comunitario e nazionale è riportato di seguito (Allegato 1, Legge 713/1986):

- Creme, emulsioni, lozioni, gel e oli per la pelle (mani, piedi, viso, ecc.);
- Maschere di bellezza (ad esclusione dei prodotti per il peeling);
- Fondotinta (liquidi, paste, ciprie);
- Cipria per il trucco, talco per il dopobagno e per l'igiene corporale, ecc.;
- Saponi da toilette, saponi deodoranti, ecc.;
- Profumi, acque da toilette ed acqua di Colonia;
- Preparazioni per bagni e docce (sali, schiume, oli, gel, ecc.);
- Prodotti per la depilazione;
- Deodoranti ed antisudoriferi;
- Prodotti per il trattamento dei capelli quali:
 - tinture per capelli e decoloranti;
 - prodotti per l'ondulazione, la stiratura e il fissaggio;
 - prodotti per la messa in piega;
 - prodotti per pulire i capelli (lozioni, polveri, shampoo);
 - prodotti per mantenere i capelli in forma (lozioni, creme, oli);
 - prodotti per l'acconciatura dei capelli (lozioni, lacche, brillantine).
- Prodotti per la rasatura (saponi, schiume, lozioni, ecc.);
- Prodotti per il trucco e lo strucco del viso e degli occhi;
- Prodotti destinati ad essere applicati sulle labbra;
- Prodotti per l'igiene dei denti e della bocca;
- Prodotti per l'igiene delle unghie e lacche per le stesse;
- Prodotti per l'igiene intima esterna;
- Prodotti solari;
- Prodotti abbronzanti senza sole;
- Prodotti per schiarire le pelle;
- Prodotti antirughe.

Non rientrano nella definizione di cosmetico i prodotti contenenti biocidi - sostanze con funzione antibatterica e/o antimicrobica - quali, ad esempio, salviette detergenti, saponi e gel antimicrobici o disinfettanti, che devono adottare modalità di etichettatura differenti.

Infine è necessario evidenziare che **i prodotti cosmetici sono differenti dai prodotti medicinali**: questi ultimi, infatti, hanno specifiche finalità terapeutiche per la cura e prevenzione di malattie e la loro applicazione non fa riferimento ad una zona particolareggiata del corpo (applicazione *sistemica*); i prodotti cosmetici, invece, non hanno finalità terapeutiche e non possono in alcun modo vantarle nei confronti del consumatore, ed inoltre esplicano funzioni solo su specifiche parti del corpo (applicazione *topica*).

EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA COMUNITARIA NEL SETTORE DEI COSMETICI E IL NUOVO REGOLAMENTO

Il primo atto normativo in materia di prodotti cosmetici risale al 17 luglio 1976, con la pubblicazione della Direttiva 768, recepita in Italia dieci anni dopo con la Legge 713 del 1986. Allora al prodotto cosmetico venivano attribuite tre funzioni primarie (**pulire, profumare, proteggere**) e tre funzioni accessorie, dette anche *ancillari*, (**modificare l'aspetto, correggere e mantenere in buono stato**). Successivamente, con il progresso scientifico e l'innovazione che contraddistingue fortemente questo settore produttivo, l'accezione di cosmetico è diventata più ampia: il prodotto cosmetico viene sempre più percepito dal consumatore come un prodotto attivo, che interagisce sulla cute - eventualmente modificandola e migliorandola - il tutto finalizzato a mantenerla in buono stato. Nel 1993, con la Direttiva 93/35/CE, si giunge alla definizione ad oggi in vigore che ha inglobato, al suo interno, tutte e sei le funzioni sopra elencate.

Il 22 dicembre 2009 è stato pubblicato il Regolamento 1223 sui prodotti cosmetici che andrà a sostituire la Direttiva 768. Il nuovo Regolamento persegue tre obiettivi principali: eliminare le incertezze e le incoerenze giuridiche della Direttiva motivate dall'elevato numero di emendamenti (pari a 55); evitare divergenze nel recepimento nazionale che non contribuiscono alla sicurezza del prodotto ma gravano sugli oneri normativi e sui costi amministrativi; garantire che i prodotti cosmetici immessi sul mercato dell'Unione siano sicuri alla luce dell'innovazione del settore. A tale fine è stata apposta scelta la forma del Regolamento, e non della Direttiva, poiché esso agevola l'applicazione armonizzata e immediata tra tutti e 27 i Paesi membri.

Il nuovo Regolamento è stato elaborato acquisendo i pareri dei rappresentanti dell'industria (chimica e cosmetica), delle Autorità Nazionali, dei professionisti e ricercatori del settore, nonché dei consumatori e delle organizzazioni coinvolte per il benessere degli animali.

Tra le novità sostanziali introdotte dal Regolamento segnaliamo:

- l'introduzione di definizioni legali; la direttiva cosmetici, infatti, non conteneva definizioni legali e tale lacuna ha incrementato l'incertezza giuridica e ha reso più costoso e più oneroso del necessario far rispettare le prescrizioni; tra le definizioni introdotte troviamo "fabbricante", "messa a disposizione sul mercato", "effetto indesiderabile", "tracce", ecc;
- il rafforzamento del ruolo della valutazione preventiva sulla sicurezza dei cosmetici prima della loro immissione in commercio; la direttiva cosmetici conteneva già i requisiti necessari ad effettuare tale valutazione senza, tuttavia, specificare le informazioni che tale valutazione doveva contenere e, di conseguenza, essa non ha rivestito mai il ruolo importante che le era stato assegnato;
- il potenziamento dei controlli sul mercato interno, tenendo anche conto dell'aumento costante delle importazioni dai paesi terzi.

Il nuovo Regolamento 1223/09 si applicherà a decorrere dal 11 gennaio 2013 per consentire agli operatori di adeguarsi ai cambiamenti introdotti; in questo lasso di tempo è opportuno, però, che gli operatori immettano sul mercato prodotti cosmetici conformi al nuovo provvedimento.

2. Principi generali relativi al commercio dei cosmetici

Prima di entrare nel merito delle modalità di etichettatura dei prodotti cosmetici, è importante approfondire alcuni principi ed obblighi generali relativi alla loro produzione ed al loro commercio, ovvero:

- **correttezza delle operazioni commerciali;**
- **composizione dei prodotti;**
- **chiarezza delle informazioni.**

Tali obblighi sono interamente a carico del produttore (o responsabile commerciale) e rappresentano dei *pre-requisiti* cogenti, ovvero condizioni preliminari e indispensabili per potere accedere sul mercato ed operare correttamente, assicurando un elevato livello di tutela del consumatore con particolare riferimento alle categorie vulnerabili (bambini, persone anziane, donne incinte, ecc.).

2.1 Correttezza delle operazioni commerciali

I prodotti cosmetici devono essere sicuri nelle condizioni normali, o ragionevolmente prevedibili, d'uso. A tale scopo la Direttiva 76/768/CEE stabilisce, all'art. 2, che *"i prodotti cosmetici commercializzati all'interno della Comunità non devono causare danni alla salute umana [...], tenuto conto della presentazione del prodotto, dell'etichettatura, delle eventuali istruzioni per l'uso e l'eliminazione, nonché di qualsiasi altra indicazione o informazione fornita da parte del fabbricante o del suo mandatario o di ogni altro responsabile della commercializzazione di questi prodotti sul mercato comunitario"*.

In recepimento dei principi della Direttiva 76/768/CEE, la Legge 713/1986 all'art. 7 ribadisce che i **prodotti cosmetici devono essere fabbricati, manipolati, confezionati e venduti in modo tale da non causare danni alla salute umana se applicati correttamente**. A tale scopo, i prodotti cosmetici devono essere commercializzati corredati da istruzioni necessarie per garantirne il corretto utilizzo nonché da qualsiasi altra informazione che possa facilitare la loro corretta applicazione da parte del consumatore. **E' inoltre fatto esplicito divieto di utilizzo nei prodotti cosmetici di sostanze classificate come cancerogene, mutagene o tossiche**; eccezioni possono essere previste solo se la sostanza è stata sottoposta a valutazione e dichiarata accettabile da parte del Comitato scientifico per la sicurezza dei prodotti (SCCS).⁸

A livello nazionale l'Autorità centrale responsabile dei controlli nel settore è il **Ministero della Salute** che ha stabilito, con appositi provvedimenti, le procedure e i metodi per assicurare la vigilanza sui prodotti cosmetici in fase di produzione e di commercializzazione. Il Ministero della Salute collabora, poi, con altre autorità nazionali (es. Regioni, Antitrust, ecc.) che effettuano anche loro controlli nel settore (cfr. § 6).

⁸ Il Comitato Scientifico per la sicurezza dei prodotti di consumo (SCCS Scientific Committee on Consumer Safety), che ha sede all'interno della Direzione Generale Salute dei Consumatori della Commissione, fornisce pareri e consulenza scientifica per la preparazione di proposte relative alla sicurezza dei consumatori ed alla salute pubblica.

LA VALUTAZIONE DI IMPATTO

Chiunque intenda produrre o confezionare, in proprio e/o per conto terzi, prodotti cosmetici deve trasmetterne notifica, almeno trenta giorni prima dell'inizio dell'attività di produzione e/o confezionamento, al Ministero della Salute comunicando, tra le altre informazioni, la sede dei laboratori di produzione, le caratteristiche dei prodotti cosmetici che si intendono realizzare, l'elenco completo delle sostanze impiegate per la lavorazione del prodotto nonché la dichiarazione di conformità delle stesse ai parametri di sicurezza definiti dalla legge. Queste informazioni consentono al Ministero di effettuare gli opportuni controlli ed accertare la salubrità dei cosmetici posti in commercio.

Nel nuovo Regolamento 1223/09 si stabilisce che il produttore dovrà effettuare una *Valutazione di impatto* sulla sicurezza del prodotto cosmetico prima della sua commercializzazione, al fine di testarne la qualità e l'idoneità dell'applicazione per la salute umana. La Valutazione d'impatto, che dovrà essere predisposta sulla base di uno specifico formato allegato al nuovo Regolamento, sostiene la ricerca di un migliore equilibrio tra la "responsabilità del fabbricante" e le "prescrizioni normative sui singoli ingredienti": si tratta di un elemento cruciale, visto che la Direttiva cosmetici del 1976 continuava a fondarsi sul concetto originario – elaborato 30 anni fa – di disciplinare tutte le sostanze impiegate nei prodotti cosmetici "ingrediente per ingrediente" e non a livello di "impatto" complessivo sulla salute umana. Oggi si riconosce che tale strategia non basta, da sola, a garantire che i prodotti cosmetici immessi sul mercato siano sicuri. Inoltre la Direttiva cosmetici non prevedeva requisiti giuridici chiari relativi al contenuto della valutazione della sicurezza dei cosmetici. Questa situazione ha contribuito a consentire un livello diverso di applicazione delle norme tra i Paesi comunitari.

La Valutazione di impatto dovrà essere inviata in formato elettronico alla Commissione Europea (DG Salute e Tutela dei Consumatori) la quale provvederà ad inoltrarla alle autorità competenti nazionali ed ai centri antiveleno. Ciò consente di avere un flusso informativo unico verso la Commissione che semplifica le procedure di notifica e migliora i controlli interni sul mercato.

2.2 Composizione dei cosmetici

Un altro aspetto di fondamentale importanza riguarda la composizione dei prodotti cosmetici i cui requisiti sono stati definiti dal legislatore nazionale e comunitario in apposite Direttive, al fine di assicurare la sicurezza dei prodotti per tutte le fasce di consumatori.

Le sostanze ammesse e vietate nella composizione di un prodotto cosmetico sono stabilite dalla Legge 713/1986 la quale, recependo la Direttiva comunitaria, fornisce la presente classificazione:

1. sostanze vietate (all. II): l'elenco include oltre 1.000 sostanze che non possono assolutamente essere impiegate nella composizione di un prodotto cosmetico in quanto considerate potenzialmente dannose per la salute umana (ad esempio Alcoli acetilenici, loro esteri, loro eteri ossidi e loro sali; Acido acetico; Bromo elementare, ecc.); ciascuna sostanza, ai fini di una inequivocabile identificazione, è menzionata nell'allegato della legge con una o più denominazioni in riferimento al Chemical Abstract Service (CAS), o al International Nonproprietary Names (INN) for pharmaceutical products dell'Organizzazione Mondiale della Salute (OMS) o all'elenco stabilito dal Ministero della Salute;
2. sostanze ammesse ma a determinati limiti o condizioni (all. III, parte I): l'elenco riporta le tipologie di sostanze che sono ammesse entro certi limiti, superati i quali diventano vietate (ad esempio l'Acido borico è ammesso nel talco in quantità non superiori al 5% sulla massa del prodotto finito, nei prodotti per l'igiene orale in quantità non superiori allo 0,1% e negli altri prodotti, ad eccezione dei prodotti per il bagno e l'arricciatura dei capelli, in non più del 3%); per ciascuna di queste sostanze viene inoltre stabilito il campo di applicazione (ovvero in quale prodotto cosmetico può essere impiegata), la concentrazione massima ammessa nel prodotto finito, eventuali limiti e prescrizioni legate all'uso della sostanza nonché le indicazioni che devono obbligatoriamente figurare sulla confezione del prodotto finito che le contiene;
3. coloranti ammessi (all. IV, parte I): l'elenco riporta i nomi dei coloranti ammessi nella composizione di un prodotto cosmetico, classificati in quattro categorie:

- a. coloranti autorizzati per tutti i prodotti cosmetici;
 - b. coloranti autorizzati per tutti i prodotti cosmetici, ad eccezione di quelli destinati ad essere applicati vicino agli occhi;
 - c. coloranti autorizzati esclusivamente per quei prodotti che non sono destinati a venire a contatto con le mucose;
 - d. coloranti autorizzati esclusivamente per i prodotti cosmetici destinati a venire solo brevemente a contatto con la pelle.
4. coloranti provvisoriamente autorizzati (all. IV, parte II): anche questa categoria di coloranti è suddivisa nelle quattro sotto-categorie precedentemente elencate;
 5. conservanti ammessi nei prodotti cosmetici (all. V, parte I): per conservanti si intendono le sostanze che entrano a far parte dei prodotti cosmetici principalmente allo scopo di inibirvi lo sviluppo di microrganismi; per ciascun conservante viene riportata l'indicazione della concentrazione massima, gli eventuali limiti e prescrizioni, le modalità di impiego e le indicazioni che devono obbligatoriamente figurare sulla confezione del prodotto finito;
 6. conservanti provvisoriamente autorizzati (all. V, parte II): anche per questa tipologia di conservanti è riportato un elenco contenente le stesse informazioni di cui al punto precedente;
 7. elenco dei filtri UV ammessi (all. V, sezione 2, parte I): i filtri UV sono sostanze destinate a filtrare talune radiazioni UV per proteggere la pelle contro i loro effetti nocivi; questi filtri possono essere aggiunti ai prodotti cosmetici solo nei limiti fissati dal suddetto allegato che ne stabilisce, per ciascuno di essi, la concentrazione massima autorizzata nonché le indicazioni che devono obbligatoriamente figurare sulla confezione del prodotto finito (ulteriori approfondimenti sui filtri UV sono al § 4.7);
 8. elenco dei filtri UV provvisoriamente autorizzati (all. V, sezione 2, parte II): anche per questi filtri sono riportate le medesime informazioni di cui al p.to precedente.

Gli elenchi delle sostanze ammesse e non ammesse vengono continuamente aggiornati dal Ministero della Salute, con integrazioni e cancellazioni, tenuto conto degli sviluppi della ricerca e delle Direttive comunitarie in materia.

2.3 Chiarezza delle informazioni

Le informazioni contenute in etichetta devono essere riportate in maniera chiara e facilmente comprensibile.

A riguardo, i principi generali dell'etichettatura sono:

- **indelebilità**: gli operatori devono garantire l'indelebilità delle informazioni riportate in etichetta, affinché esse siano leggibili per tutta la vita commerciale del cosmetico e tenuto conto delle sue ragionevoli condizioni d'uso; ad esempio l'etichetta di un bagno schiuma ragionevolmente può venire a contatto con l'acqua e, quindi, deve essere realizzata con materiali impermeabili e resistenti all'umidità; rientra in questo principio anche il divieto di indicare informazioni importanti su supporti removibili (es. coperchi, cappucci, sigilli di garanzia, ecc.);
- **facilità di lettura**: le informazioni devono essere riportate in caratteri di grandezza idonea ad essere lette facilmente e non devono essere poste in punti dell'imballaggio di difficile lettura; ove previsto dalla normativa, le indicazioni devono figurare nello stesso **campo visivo**, ovvero la parte di confezione dove è possibile leggere con una sola occhiata tutte le informazioni;
- **chiarezza**: le indicazioni devono essere facilmente comprensibili dal consumatore medio ovvero il consumatore "ragionevolmente e normalmente ben informato,

attento ed avveduto' (Direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori).

Tali principi generali sono richiamati anche nel **Codice del Consumo**, (D. Lgs. 206 del 6 settembre 2005), il testo normativo fondamentale, che nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale, definisce le regole comuni dei processi di acquisto e di consumo nel nostro Paese. Ispirandosi al principio generale di **diligenza professionale**, il Codice del Consumo vieta tutte quelle azioni volte ad alterare o falsare in misura apprezzabile le scelte dei consumatori in relazione ad un determinato prodotto; rientrano in questa fattispecie i prodotti che omettono o riportano in modo occulto e poco trasparente le informazioni rilevanti per il consumatore così come quelli che inducono a pensare che il cosmetico possieda caratteristiche che invece non ha.

ALCUNI ESEMPI DI DILIGENZA PROFESSIONALE

Il principio giuridico secondo il quale il cosmetico non è un farmaco, e da questo deve differenziarsi, deve essere rispettato anche nella pubblicità: etichette o confezioni di un cosmetico realizzate in modo sobrio con scritte e disegni che richiamano quelle di un farmaco inducono il consumatore erroneamente a pensare che esso abbia proprietà medicinali o sia maggiormente affidabile rispetto ad un altro simile della stessa categoria. Altra pratica commerciale scorretta, a volte riscontrata nel comparto dei cosmetici, è quella del c.d. **ultrapackaging**, ovvero la realizzazione di imballaggi molto grandi rispetto all'effettiva quantità di prodotto in essi contenuta.

3. Imballaggi

Gli imballaggi del prodotto cosmetico sono distinti in due tipologie:

- il **contenitore primario**, ovvero il recipiente (tubo, vasetto, bottiglia, ecc.) a diretto contatto con il prodotto;
- il **contenitore secondario**, che rappresenta l'astuccio, la confezione di cartone, o altro che racchiude l'imballaggio primario.

A questi poi vanno aggiunti altri **dispositivi esterni** (es. fascetta, cartellino, foglio istruzioni, ecc.), che richiameremo nel corso della Guida, e che possono essere allegati al prodotto cosmetico qualora non vi sia spazio sufficiente per riportare le informazioni sui contenitori.

Gli imballaggi, a loro volta, possono essere di tipo CE o diversi da quelli CE: gli **imballaggi CE** sono conformi alla normativa comunitaria in materia di metrologia poiché hanno superato appositi controlli relativi alla loro capacità effettiva e, pertanto, possono circolare liberamente sul mercato comunitario; questi imballaggi sono contraddistinti dal simbolo "e" riportato vicino all'indicazione della quantità.

Gli imballaggi di tipo **diverso da quelli CE**, avendo capacità diverse da quelle previste a livello comunitario, non hanno subito i controlli metrologici; si identificano per l'assenza del simbolo e riportato vicino all'indicazione della quantità.

Indicazione quantità in un imballaggio CE

100 ml e

Indicazione quantità in un imballaggio non CE

100 ml

Il simbolo E deve avere un'altezza di almeno 3 mm e può essere riportata anche solo sull'imballaggio secondario, omettendo quello primario, purché posta a fianco dell'indicazione della quantità o nello stesso campo visivo.

3.1 Particolari tipologie di imballaggi

Alcuni cosmetici (lacche, gel, spume da barba, ecc.) possono essere confezionati in contenitori con generatore di aerosol, ovvero in recipienti di metallo, vetro o materiale di plastica contenente un gas compresso, liquefatto o disciolto sotto pressione che permette la fuoriuscita del contenuto sotto forma di particelle solide o liquide in sospensione gassosa, sotto forma di schiuma, pasta, polvere o allo stato liquido.

Su questa particolare tipologia di contenitori è obbligatorio apporre la seguente dicitura, riportata esattamente nel seguente modo: "*Recipiente sotto pressione. Proteggere contro i raggi solari e non esporre ad una temperatura superiore a 50°C. Non perforare né bruciare neppure dopo l'uso*". Inoltre, se il contenitore contiene componenti estremamente infiammabili o facilmente infiammabili, è necessario anche riportare le seguenti diciture:

- non vaporizzare su fiamma o su un corpo incandescente;
- conservare al riparo da qualsiasi fonte di combustione;
- non fumare;
- conservare fuori dalla portata dei bambini;
- facilmente infiammabile, oppure estremamente infiammabile, seguito dal rispettivo pittogramma (D. Lgs. 52/1997).

Figura 1 - Pittogramma per segnalare la presenza di componenti infiammabili

FACILMENTE INFIAMMABILE

ESTREMAMENTE INFIAMMABILE F +



- il pittogramma epsilon rovesciato relativo alla conformità del contenitore aerosol alle specifiche sulla capacità fissate dal DPR 741/1982.

Figura 2 - Pittogramma relativo alla conformità dei contenitori aerosol



3.2 Corretto smaltimento

Sugli imballaggi o sulle etichette possono figurare indicazioni o pittogrammi che invitano il consumatore ad una gestione "ecologicamente" corretta del contenitore, al fine di facilitare la raccolta, il riutilizzo e il suo riciclaggio.

Sono indicazioni facoltative, poiché la legge comunitaria e nazionale non prescrive alcun obbligo in merito, tuttavia largamente utilizzate dagli operatori in modo volontario per facilitare le operazioni di smaltimento.



Il primo pittogramma riguarda le confezioni di carta o cartone, mentre il secondo quelle di plastica. Entrambi possono voler dire due cose: che l'imballaggio è riciclabile ma non necessariamente riciclato, oppure che parte del materiale è riciclato. I numeri da 1 a 6 contenuti nel secondo marchio, indicano il tipo di plastica utilizzata secondo un codice prestabilito. Il numero 7 indica che il materiale non è riciclabile.



Indicano che la confezione deve essere dispersa nei contenitori della raccolta differenziata.



Questo simbolo indica che il produttore aderisce ai consorzi, previsti dalla legge, per organizzare il recupero e il riciclaggio degli imballaggi.



Questi simboli specificano il materiale utilizzato per la confezione. Le sigle più frequenti sono:
 ACC: indica che il contenitore è in acciaio (banda stagnata) e può essere messo nei contenitori per la raccolta differenziata delle lattine.
 AL: indica che il contenitore è di alluminio e può essere messo nei contenitori per la raccolta differenziata delle lattine.
 CA: indica che si tratta di carta accoppiata a materiale non riciclabile e pertanto deve essere buttata nei rifiuti misti.
 PE: indica che la plastica è composta da polietilene.
 PET: indica che la plastica è composta da polietilene tereftalato.
 PP: indica che la plastica è composta da polipropilene.
 PS: indica che il contenitore è di polistirolo.
 PVC: indica che la plastica è composta da polivinilcloruro.
 VE: indica che il contenitore è di vetro.

4. Indicazioni obbligatorie

Tutti i prodotti cosmetici, campioni gratuiti compresi, devono essere immessi sul mercato corredati dalle seguenti indicazioni:

- 1. riferimenti al responsabile commerciale;**
- 2. contenuto nominale;**
- 3. data di durata minima;**
- 4. Paese di origine, per i prodotti fabbricati al di fuori della UE;**
- 5. funzioni del prodotto;**
- 6. elenco degli ingredienti;**
- 7. modalità di impiego e avvertenze;**
- 8. numero del lotto di fabbricazione.**

Le indicazioni dalla 1 alla 5 devono figurare sia sul contenitore primario che su quello secondario; le rimanenti indicazioni, in caso di impossibilità pratica causata da ridotte dimensioni del cosmetico (es. matite, ombretti, ecc.), possono essere riportate solo sull'imballaggio secondario e/o sui dispositivi esterni.

Le indicazioni di cui ai p.ti 2, 3, 5 e 7 devono essere riportate obbligatoriamente in lingua italiana; l'utilizzo di altre lingue (es. *rouge à lèvres* al posto di rossetto o *eyeshadow* al posto di ombretto) è ammesso purché seguito immediatamente dalla traduzione in italiano.

Vi è libertà, per il produttore, di riportare le indicazioni in qualsiasi punto della confezione: il prodotto cosmetico è infatti sempre di estrema maneggevolezza e, generalmente, non esiste una parte meno visibile rispetto ad altre.

4.1. Riferimenti al responsabile commerciale

L'etichetta del prodotto cosmetico deve riportare il nome (o la ragione sociale) e la sede legale del produttore localizzato all'interno del territorio comunitario.

Per quanto concerne l'indicazione della sede, se il prodotto viene commercializzato sul territorio nazionale è sufficiente indicare solo la città se Comune (modalità A), oppure la sigla se capoluogo di provincia (modalità B); se il prodotto viene commercializzato anche all'estero è necessario riportare anche il nome, o la sigla, del Paese (modalità C).

MODALITA A

Mario Rossi Srl
Pomezia

MODALITA B

Mario Rossi Srl
LT

MODALITA C

Mario Rossi Srl
LT - ITALIA

Se il cosmetico è stato prodotto in un Paese extra-UE, i riferimenti devono essere relativi al responsabile dell'immissione sul mercato del prodotto cosmetico (es. importatore, distributore, venditore, ecc.) localizzato sul territorio comunitario; in aggiunta, ma non in sostituzione, possono figurare i riferimenti al produttore.

La legge impedisce di:

- riportare i riferimenti del responsabile commerciale sotto forma di sigle, codici o numeri (ad esempio attraverso l'indicazione del numero di iscrizione al REA del Registro Imprese della CCIAA);
- di sostituire il nome o la ragione sociale con il marchio di impresa.

Queste pratiche sono considerate scorrette poiché non trasparenti nei confronti del consumatore e quindi potenzialmente ingannevoli.

LA FIGURA DEL RESPONSABILE COMMERCIALE NEL NUOVO REGOLAMENTO COSMETICI

Il nuovo Reg. Ce 1223/09 dà molto risalto alla c.d. "*Persona responsabile*", ovvero la persona fisica, o giuridica, che immettendo il prodotto cosmetico in commercio ne garantisce anche il rispetto dei principi di sicurezza. A tale scopo, il Regolamento dispone che la persona responsabile predisponga la Valutazione di impatto (cfr. § 2.1) prima dell'immissione in commercio del prodotto cosmetico e che la aggiorni tenendo conto delle informazioni supplementari disponibili sul prodotto dopo la sua immissione; la valutazione deve contenere tutti gli elementi necessari a definire con precisione l'identità del prodotto cosmetico, la sua qualità, la sicurezza per la salute umana e gli effetti attribuiti al prodotto. La persona responsabile è anche tenuta a cooperare con le Autorità nazionali e comunitarie in caso di ritiro o richiamo del prodotto ai fini della vigilanza sul mercato (cfr. § 6); a tale fine viene disposto che essa comunichi all'autorità competente a livello nazionale (il Ministero della Salute in Italia) a chi è stato fornito il prodotto cosmetico per la sua distribuzione, così da identificare la catena di fornitura. Il nuovo Regolamento 1223/09 stabilisce, anche, precisi obblighi per i distributori i quali, prima di rendere un cosmetico disponibile sul mercato, devono verificarne la corretta etichettatura e il termine relativo alla durata minima del prodotto.

4.2 Contenuto nominale

Il contenuto nominale indica la quantità di prodotto contenuta nella confezione, calcolata al momento del suo confezionamento.

Tale informazione non è obbligatoria per i prodotti cosmetici:

- con peso inferiore a 5 grammi/millilitri;
- gratuiti (es. i campioni) e/o per i monodose;
- commercializzati "per insiemi" di pezzi (es. confezioni contenenti più fiale di prodotto), poiché l'indicazione deve figurare sull'imballaggio esterno complessivo in aggiunta all'indicazione del numero dei pezzi qualora questo non fosse facilmente deducibile dall'esterno.

La quantità deve essere espressa in **unità di volume**, per i liquidi, o **in massa**, per i solidi, e deve essere riportata subito dopo il valore numerico utilizzando le seguenti diciture:⁹

⁹ I prodotti cosmetici confezionati in contenitori tipo aerosol (es. lacche, spray, ecc.) se l'imballaggio non è a norma CE (senza la lettera e, cfr. § 3), devono riportare l'indicazione del contenuto in peso e in volume.

Volume	Massa
millilitri: mL o ml	grammi: g o gr
centilitri: cl o cL	kilogrammi: K o Kg
litri: l o litri	

Indicazione corretta	Indicazione scorretta
50 ml	ml 50
50 mL	mL 50
0,5 l	0,5 L
120 g	grammi 120

La quantità deve essere espressa in cifre aventi l'altezza minima sotto indicata:

- 6 mm, se la quantità nominale è > di 1000 g/ml,
- 4 mm, se la quantità nominale è compresa tra 200 g/ml e 1000 g/ml,
- 3 mm, se la quantità nominale è compresa tra 50 g/ml e 200 g/ml,
- 2 mm, se la quantità nominale è inferiore a 50 g/ml.

I prodotti confezionati in stick (deodoranti, rossetti, ecc.) devono riportare l'indicazione del contenuto nominale in volume, poiché sono allo stato liquido al momento del riempimento del contenitore.

Negli imballaggi di tipo diverso da quello CE, ovvero quelli senza il simbolo E , il contenuto nominale deve essere riportato nello stesso campo visivo della denominazione di vendita.

Sebbene non sia esplicitamente previsto dalla normativa, è ormai prassi comune a livello europeo indicare in etichetta anche la **capacità dell'imballaggio**: il valore viene indicato in un rettangolo e riportato a fianco a quello della quantità; pertanto se il contenuto del prodotto è di 100 ml e la capacità del contenitore è 150, l'indicazione sarà così riportata:



E' ammesso l'utilizzo di altre grandezze (es. decilitri, once, ecc.), purché indicate con caratteri di dimensioni non superiori a quelli impiegati per le misure legali. Non sono invece ammesse diciture ambigue del tipo: "circa", "+/-", "peso all'origine", ecc.

4.3 Data di durata minima

Indica il termine entro il quale il prodotto cosmetico, correttamente conservato, mantiene la sua funzione iniziale e le caratteristiche di salubrità.

Le modalità di indicazione della data di durata minima (ddm) variano a seconda che essa sia inferiore o superiore a 30 mesi (2 anni e mezzo), ed è calcolata sulla base di analisi effettuate dal responsabile commerciale sulla *shelf life* (durabilità) del prodotto.

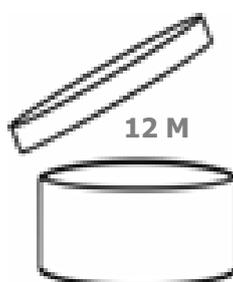
Se la ddm è inferiore a 30 mesi deve essere indicato il mese e l'anno (oppure il giorno, il mese e l'anno) preceduto dalla dicitura "Da usare preferibilmente entro ..." o utilizzando il pittogramma riportato in Figura 3 (allegato VII del nuovo Reg. Ce 1223/09). Superato il termine il prodotto cosmetico perde la funzionalità e le caratteristiche di salubrità, e non può essere più commercializzato.

Figura 3 - Pittogramma della data di durata minima



Se la ddm è superiore a 30 mesi deve essere utilizzato il PaO – acronimo inglese per *Period after Opening* - ovvero il termine fino a quanto il prodotto, una volta aperto, può essere utilizzato senza effetti nocivi per il consumatore. Il PaO si indica utilizzando il pittogramma riportato in Figura 4 (all. VI bis della Legge 713/1986) che rappresenta un barattolo di crema aperto.

Figura 4 - Pittogramma del PaO



L'indicazione "12 M", posta all'interno o al fianco del vasetto, indica che il cosmetico mantiene le sue caratteristiche di salubrità entro 12 mesi dalla data di apertura. Il simbolo non ha dimensioni determinate per legge, ma deve mantenere le proporzioni tra le sue diverse parti.

Il simbolo PaO può non comparire su quei cosmetici che per loro natura non presentano un rischio di alterazioni significativo quali, ad esempio:

- i prodotti confezionati in contenitori che ne impediscono la contaminazione (es. aerosol e in generale tutte le confezioni che evitano un contatto diretto del prodotto con l'esterno);
- i prodotti ostili alla crescita di microrganismi (ad esempio cosmetici ad alto contenuto di alcool, con pH molto alto o molto basso, con bassa presenza di acqua libera, ecc.).

Se necessario, l'indicazione della ddm deve essere integrata dalle modalità che il consumatore deve adottare per garantire la corretta conservabilità del prodotto (es. "tenere lontano da fonti di calore", "non esporre alla luce", ecc.).

4.4 Paese di origine

L'indicazione del Paese di fabbricazione di un prodotto cosmetico è obbligatoria solo se il produttore non risiede sul territorio comunitario. Essa deve essere indicata con la dicitura *Made in* seguita dal nome del Paese. Ricordiamo che Svizzera, Principato di Monaco e San Marino non fanno parte dell'Unione pertanto sull'etichette dei prodotti dovrà essere riportato, ad esempio, "Made in Svizzera" o "Made in Switzerland".

Se il responsabile commerciale è localizzato sul territorio comunitario, i suoi riferimenti, così come richiamati al § 4.1, sono sufficienti al consumatore per risalire alla sua origine.

4.5 Funzioni del prodotto

Le funzioni del prodotto devono essere riportate in etichetta solo se non siano comunemente note o facilmente desumibili dalla presentazione dello stesso.

Non sempre, infatti, la denominazione di un cosmetico è sufficiente per informare il consumatore sulle funzioni e il suo tipo di applicazione: un prodotto cosmetico immesso in commercio con il nome generico di "latte" o "crema" deve essere necessariamente accompagnato dall'indicazione relativa alla sua funzione (es. lozione per il corpo, crema per le mani, ecc.), così da evitare utilizzi scorretti o false aspettative da parte di chi lo acquista.

Rientrano in questa fattispecie anche i c.d. *food alike*, ovvero prodotti cosmetici che richiamano nella presentazione, nella composizione e/o nella confezione gli alimenti (es. bagnoschiuma di consistenza e profumo simili alla yogurt, creme all'aroma di cioccolato, ecc.): questi cosmetici possono essere confusi con alimenti e quindi rappresentano un potenziale pericolo per alcune categorie sensibili di consumatori quali, ad esempio, i bambini perché potrebbero essere tentati di assaggiarli. In questi casi, oltre all'indicazione della funzione del prodotto, è obbligatorio anche riportare una indicazione chiara sulla reale natura del prodotto, ad esempio: "*non ingerire*", "*non è un alimento*", "*per uso esterno*".

Al riguardo si richiamano i principi del D. Lgs. del 25 gennaio 1992 n. 73 che "vietata l'immissione sul mercato, la commercializzazione, l'importazione, la fabbricazione e l'esportazione di prodotti che, pur non essendo prodotti alimentari, hanno forma, odore, aspetto, imballaggio, etichettatura, volume o dimensioni tali da far prevedere che i consumatori li possano confondere con prodotti alimentari e pertanto li portino alla bocca, li succhiano o li ingeriscano con conseguente rischio di soffocamento, intossicazione, perforazione od ostruzione del tubo digerente".

4.6 Elenco degli ingredienti

Sono considerati ingredienti tutte le sostanze che intervengono nella composizione del prodotto cosmetico, indipendentemente dal loro stato fisico (liquidi, solidi, gas, ecc.).

Non sono, invece, considerati ingredienti:

- le impurità contenute nelle materie prime utilizzate;
- le sostanze necessarie alla realizzazione del prodotto ma che, tuttavia, non fanno parte del prodotto finito.

Gli ingredienti devono essere menzionati in ordine decrescente di peso, calcolato al momento dell'incorporazione ed utilizzando la nomenclatura comunitaria degli ingredienti cosmetici INCI (International Nomenclature Cosmetics Ingredients).

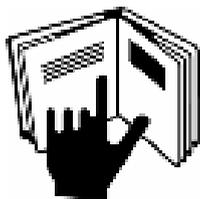
L'elenco deve essere preceduto dal termine "*Ingredienti*" o "*Ingredients*".

Gli ingredienti presenti in concentrazione inferiore all'1% possono essere menzionati in ordine sparso, dopo quelli in concentrazione superiore all'1%.

Come disposto dal nuovo Reg. Ce 1223/09, la Commissione Europea sta lavorando ad un glossario delle denominazioni comuni degli ingredienti al fine di garantire una etichettatura uniforme e di agevolare l'identificazione degli ingredienti cosmetici da parte del consumatore.

In caso di impossibilità pratica di riportare l'elenco degli ingredienti sul contenitore primario o sull'imballaggio esterno del prodotto, tale indicazione deve figurare su un foglio istruzioni allegato al prodotto al quale il consumatore deve essere chiaramente rimandato con una indicazione (es. "Vedi foglio illustrativo interno") e/o con il pittogramma riportato in fig. 5.

Figura 5 - Pittogramma che richiama alcune indicazioni relative al cosmetico



Alcune precisazioni in merito alle indicazioni degli ingredienti:

- 1) profumi e aromi: i composti odoranti e aromatizzanti devono essere menzionati utilizzando, rispettivamente, i termini "profumo" o "parfum" e "aroma"; tuttavia se essi figurano nell'elenco delle sostanze di cui all'all. III della Legge 713/1986 (Sostanze il cui uso è vietato salvo determinati limiti e condizioni, cfr. § 2.2) devono essere riportati con il loro nome, indipendentemente dalla funzione aromatizzate che hanno sul prodotto finito;
- 2) coloranti: possono essere indicati utilizzando il numero di classificazione INCI oppure la denominazione chimica prevista all'all. IV della Legge 713/1986 (es. il biossido di titanio può essere indicato con "CL 77891" oppure "Titanium dioxide"); se la sostanza è stata utilizzata con l'esclusiva funzione di colorante si dovrà utilizzare il numero INCI; se invece è stata utilizzata con altre funzioni (es. opacizzante, abrasivo, ecc.) si dovrà utilizzare la denominazione chimica; le indicazioni dei coloranti possono figurare anche dopo la lista degli altri ingredienti, se vengono riportati in ordine sparso indipendentemente dalla loro presenza; nel caso di cosmetici contenenti più sfumature di colori (es. coloranti per capelli, per unghie, cosmetici, ecc.) l'etichetta può riportare tutti coloranti previsti dalla gamma (anche se non specificatamente presenti nel prodotto) purché preceduti dall'indicazione "può contenere" oppure "+/-";
- 3) ingredienti riservati: il produttore (o il responsabile dell'immissione sul mercato) può richiedere al Ministero della Salute di non apporre in etichetta il nome di uno o più ingredienti impiegati nel prodotto cosmetico, per motivi di riservatezza (la c.d. clausola di confidenzialità). Il Ministero, valutata l'adeguatezza della domanda e l'opportunità di omissione dell'ingrediente, attribuirà un codice che andrà a sostituirne la denominazione dell'ingrediente in etichetta; il codice è composto da 7 cifre:
 - ☞ le prime due indicano l'anno di concessione della riservatezza;
 - ☞ le altre due il codice identificativo del Paese Membro:
 - 01 Francia
 - 02 Belgio
 - 03 Paesi Bassi
 - 04 Germania
 - 05 Italia
 - 06 Regno Unito
 - 07 Irlanda
 - 08 Danimarca
 - 09 Lussemburgo

- 10 Grecia
- 11 Spagna
- 12 Portogallo
- 13 Finlandia
- 14 Austria
- 15 Svezia

☞ le ultime tre cifre sono quelle attribuite all'ingrediente dal Ministero della Salute.

- 4) sostanze vegetali o animali: l'indicazione di questi ingredienti deve essere riportata utilizzando il nome del genere e della specie in latino seguito dal corrispondente termine in italiano o inglese (es. *Rosmarinus officinalis*, Rosmarino); gli ingredienti derivanti da piante o da animali che hanno subito una trasformazione chimica devono essere indicati con il nome della pianta, o dell'animale, in latino seguito dal nome dell'agente chimico utilizzato per la modifica in inglese (es. olio di visone modificato chimicamente con il solvente PEG 13 – ester sarà "**Mustela PEG 13 – ester**");
- 5) fanghi ed estratti termali: riferimenti a questi ingredienti possono essere utilizzati solo se il cosmetico contiene sali minerali o fango maturato in acqua termale o fitoestratti da vegetazione termale, provenienti da stabilimenti termali riconosciuti dal Ministero della Salute.

Se la confezione del prodotto non è trasparente, le indicazioni degli ingredienti devono essere riportate sull'imballaggio primario e su quello secondario.

I cofanetti da trucco (astucci, cofanetti, ecc.) che contengono diverse tipologie di prodotti per il make-up o diverse nuances devono riportare sull'imballaggio secondario l'elenco degli ingredienti differenziato per singolo prodotto.

I prodotti quali matite per labbra o occhi, per motivi di spazio, devono riportare le informazioni relative agli ingredienti sull'imballaggio secondario o su un avviso collocato in prossimità del prodotto stesso.

4.7 Modalità di impiego e avvertenze

Le **modalità di impiego** sono indicazioni finalizzate a guidare il consumatore nella corretta applicazione del cosmetico al fine di garantire l'effetto dichiarato, ad esempio: "*applicare sui capelli bagnati*", "*massaggiare delicatamente*", "*riscaldare prima dell'uso*".

Possono essere riportate sul contenitore primario e/o sull'imballaggio esterno, anche avvalendosi di un foglietto illustrativo, e possono essere formulate liberamente dal produttore del cosmetico in base alle caratteristiche dello stesso; il loro uso è frequente soprattutto nei cosmetici ad uso professionale.

Altra tipologia di indicazioni sono le **avvertenze**: esse rappresentano precauzioni di impiego volte a proteggere il consumatore da possibili danni alla salute derivanti da un utilizzo improprio del cosmetico in relazione a tipologie particolari di ingredienti che fanno parte del prodotto. Le diciture e i casi di utilizzo delle avvertenze rivestono una particolare importanza per la tutela del consumatore e, pertanto, sono disciplinate dalla Legge 713/1986.

Facciamo qualche esempio:

Ingrediente del prodotto cosmetico	Campo di applicazione dell'ingrediente	Avvertenze che devono figurare sull'imballaggio
Acqua ossigenata (H₂O₂) o derivati che liberano H₂O₂	Preparati per trattamenti ai capelli, igiene della pelle, rinforzanti delle unghie, igiene della bocca.	Contiene acqua ossigenata. Evitare il contatto con gli occhi. Risciacquare immediatamente gli occhi in caso di contatto con il prodotto. Portare guanti adeguati.
Solfuri alcalini	Prodotti per la depilazione.	Tenere lontano dai bambini. Evitare il contatto con gli occhi.
Fluoruro di sodio (NaF)	Prodotti per l'igiene della bocca.	Contiene fluoruro di sodio. I dentifrici contenenti tra 0,1 e 0,15% di fluoruro, se non recano già in etichetta l'indicazione che sono controindicati per i bambini, devono obbligatoriamente indicare "Bambini fino a 6 anni: utilizzare una piccola quantità di dentifricio sotto la supervisione di un adulto per ridurre al minimo l'ingerimento. In caso di assunzione di fluoruro da altre fonti consultare il dentista o il medico".
Formaldeide	Preparati per indurire le unghie.	Contiene formaldeide. Proteggere la pelle con una sostanza grassa.

Le avvertenze devono obbligatoriamente figurare sul contenitore primario ed anche sull'imballaggio esterno, devono essere riportate sempre in lingua italiana e utilizzando le stesse identiche parole riportate negli allegati della Legge 713/1986.

Alle avvertenze il produttore può affiancare ulteriori informazioni utili al consumatore per evitare un utilizzo scorretto e potenzialmente dannoso del prodotto, ad esempio: *"Non colorare i capelli prima di aver consultato un medico"*, *"I tatuaggi possono aumentare il rischio di allergia: per ridurre il rischio seguite attentamente le istruzioni e le precauzioni riportate nel foglio illustrativo"*.

In caso di impossibilità pratica di riportare le modalità di impiego e le avvertenze su entrambi gli imballaggi del prodotto, l'operatore può ricorrere ad un foglio informativo allegato al quale è obbligatorio rimandare il consumatore mediante una indicazione (es. **"Modalità di impiego e avvertenze: vedi foglio illustrativo interno"**) o attraverso il pittogramma di cui alla fig. 3.

Un cenno particolare meritano i **prodotti solari**: per questa categoria di cosmetici esiste una Raccomandazione della Commissione UE (DG Salute e tutela dei consumatori) del 26 settembre 2006 che ha stabilito le avvertenze vietate ed ammesse sulle confezioni ¹⁰:

- sono vietate dichiarazioni quali **schermo totale** o **protezione al 100%** poiché non esiste un prodotto che possa fornire una protezione totale nei confronti dei raggi UV; in loro sostituzione è bene utilizzare descrizioni normalizzate (quali protezione **bassa, media, elevata o molto elevata**) assieme alle tradizionali categorie di protezione solare:
 - ☞ protezione bassa: fattore solare 6 e 10;
 - ☞ protezione media: fattore solare 15, 20 o 25;
 - ☞ protezione elevata: fattore solare 30 o 50;
 - ☞ protezione molto elevata: fattore solare 50+;
- è bene riportare anche la quantità di prodotto da applicare, mediante indicazione o pittogrammi; la citata Raccomandazione evidenzia che l'applicazione della giusta quantità di prodotto è importante quanto la scelta del prodotto stesso; per conseguire la protezione indicata con il fattore di protezione solare, è necessario

¹⁰ La Raccomandazione della Commissione definisce come **prodotto solare** qualsiasi preparato (crema, olio, gel, spray) destinato ad essere posto a contatto con la pelle umana, al fine esclusivo o principale di proteggerla dai raggi UV assorbendoli e disperdendoli mediante rifrazione.

applicare una quantità di 2mg/cm² per un corpo adulto (pari a circa 36 grammi o 6 cucchiaini da tè pieni).

La Raccomandazione della Commissione interviene anche per migliorare le regole di etichettatura relative alla protezione contro i *raggi UV-A e UV-B*. Infatti mentre le radiazioni UV-B sono causa di scottature, le radiazioni UV-A causano un invecchiamento prematuro della pelle e interferiscono con il sistema immunitario umano. L'indicazione "Fattore di protezione solare", che viene menzionata sugli imballaggi dei prodotti cosmetici, riguarda soltanto la protezione dalle radiazioni UV-B e non ha effetti protettivi sulle radiazioni UV-A; ciò nonostante il consumatore è indotto a pensare che la protezione offerta dal prodotto solare sia completa. A tale proposito la Commissione ha fortemente sensibilizzato gli operatori del settore nell'apporre il logo comunitario in Fig. 6 sulle etichette di quei prodotti che garantiscono un livello minimo di protezione dai raggi UV-A.

Figura 6 – Logo dei prodotti cosmetici con filtro UV-A



4.8 Numero di lotto di fabbricazione

Il termine "lotto" identifica **una quantità di massa cosmetica omogenea (batch)**, ovvero lavorata in condizioni praticamente identiche. Il lotto viene apposto mediante un codice numerico o alfanumerico attribuito dal produttore e preceduto dalla lettera "L" o dall'indicazione "Lotto"; può essere apposto su qualsiasi lato dell'imballaggio, purché chiaramente visibile e indelebile.

Il lotto è una informazione molto importante per il consumatore perché consente di identificare chiaramente, in caso di richiamo, se il prodotto cosmetico in proprio possesso è a rischio o meno: infatti, in caso di presenza di prodotto non conforme, il responsabile commerciale e/o l'Autorità garante deve segnalare al mercato attraverso modalità di diffusione ampie e capillari (avvisi, comunicati stampa e via radio, ecc.) il numero di lotto incriminato e la tipologia di non conformità riscontrata (es. presenza accidentale di ingredienti tossici, immissione in commercio oltre la data di scadenza, contaminazione accidentale del prodotto, ecc.).

RITIRO/RICHIAMO: CHE DIFFERENZA?

Il Codice del Consumo definisce *ritiro* le misure volte ad impedire la distribuzione di un prodotto perché ritenuto potenzialmente pericoloso. Il *richiamo* comprende, invece, le misure volte ad ottenere la restituzione di un prodotto (potenzialmente) pericoloso che il fabbricante/distributore ha già immesso in commercio.

4.9 Prodotti sfusi o confezionati sul punto vendita

I prodotti cosmetici venduti sfusi, quali ad esempio saponi, perle da bagno, ecc., devono riportare le indicazioni obbligatorie sul **banco di vendita o su un foglio informativo vicino al prodotto**.

Nel caso di acquisto di prodotti cosmetici incartati dal venditore al momento della richiesta, tali informazioni devono essere applicate sulla confezione del prodotto a cura del venditore.

5. Indicazioni facoltative

Oltre alle indicazioni obbligatorie precedentemente richiamate, le etichette dei prodotti cosmetici possono riportare indicazioni facoltative che hanno la finalità di evidenziare particolari caratteristiche del prodotto relative alle materie prime e/o al processo produttivo.

Le indicazioni facoltative **non possono sostituire** quelle obbligatorie che devono essere sempre e comunque presenti in etichetta.

Approfondiamo le tipologie di indicazioni facoltative più diffuse.

5.1 Claims commerciali

Con il termine inglese di *claims* si intendono le dichiarazioni dirette ad informare il consumatore su particolari caratteristiche che il prodotto possiede. I claims hanno un potente richiamo sul consumatore perché influenzano, modificando, le scelte di acquisto.

In altri settori industriali, quali ad esempio l'alimentare, la normativa comunitaria ha stabilito specifiche regole in materia di claims, individuando quelli che possono figurare in etichetta e le relative condizioni d'uso; esempi di claims nel settore agroalimentare sono "Senza zuccheri", "Ad alto contenuto di fibre", "Light", ecc. Le regole vanno nella direzione di definire regole comuni di utilizzo tra i diversi Paesi membri e garantire, così, medesimi livelli di tutela del consumatore.

Nella cosmesi, dove vengono continuamente studiati nuovi prodotti e nuovi principi attivi, una iniziativa simile sarebbe di difficile attuazione. La ricerca e il progresso tecnico sono elementi distintivi di questo comparto, come è dimostrato anche dal fatto che un **prodotto cosmetico ha una vita commerciale molto più breve** rispetto a quella di un alimento o di un farmaco stesso; ciò rende complicato per il legislatore comunitario disciplinare i claims ammissibili da quelli non ammissibili, così come la definizione di regole comuni per il loro utilizzo, soprattutto in considerazione del fatto che i test scientifici necessari a dimostrare la loro attendibilità sono in continua evoluzione ed al passo con la ricerca sui claims stessi.

L'utilizzo di questi claims è rimesso, pertanto, alla libera scelta del produttore, nel rispetto dei principi di correttezza e diligenza professionale che abbiamo richiamato in premessa.

DICHIARAZIONI RELATIVE AL PRODOTTO

Il nuovo Regolamento 1223/09, all'articolo "Dichiarazioni relative al prodotto", ribadisce il divieto di utilizzo, in fase di etichettatura e pubblicità dei prodotti cosmetici, di diciture, denominazioni, marchi, immagini o altri segni figurativi tali da attribuire ai prodotti caratteristiche che non possiedono.

La Commissione inoltre si impegna nell'individuare dei "criteri comuni" che giustificano l'utilizzo, o meno, di dichiarazioni relative ai cosmetici senza, tuttavia, entrare nello specifico delle terminologie ammesse, come invece è stato fatto nel settore alimentare. Tra questi criteri si ribadisce l'importanza che i claims si riferiscano esclusivamente alle funzioni ancillari (se presenti) e non a quelle primarie per le quali il cosmetico è comunemente noto al consumatore: ad esempio una crema idratante per il viso che, attraverso una speciale formula, esercita anche una funzione purificante potrà riportare in etichetta un claim relativo alla funzione ancillare e non a quella emolliente - nutritiva comune a tutte le creme. Un primo elenco dei criteri comuni dovrà essere presentato entro luglio 2016.

5.2 Riferimenti a test su animali

Le attività di sperimentazione dei cosmetici sugli animali nascono dall'esigenza di testare la sicurezza per l'uomo di un ingrediente, prodotto o sostanza.

Nel corso degli anni, grazie alle campagne di sensibilizzazione avviate da associazioni animaliste verso il mondo dei consumatori, delle imprese e delle istituzioni, si è assistito ad una progressiva riduzione di queste pratiche.

Atto finale di questo lungo, e travagliato, percorso è stata la pubblicazione della Direttiva 2003/15/CE, recepita in Italia con il **D. Lgs. 15 febbraio 2005 n. 50**, con la quale è stata stabilita **l'eliminazione totale dei test cosmetici sugli animali entro il 2013**, e la loro sostituzione con metodi alternativi scientificamente validi.

Il D.Lgs 50/2005 dispone che il fabbricante o il responsabile dell'immissione del prodotto cosmetico sul mercato comunitario può indicare, sulla confezione del prodotto o su qualsiasi dispositivo esterno che accompagna o si riferisce al prodotto, che quest'ultimo è stato **sviluppato senza fare ricorso alla sperimentazione animale, solo se il fabbricante e i suoi fornitori non abbiano effettuato o commissionato sperimentazioni animali sul prodotto finito, sul suo prototipo, né su alcun suo ingrediente e che non abbiano usato ingredienti sottoposti da terzi a sperimentazioni animali al fine di ottenere nuovi prodotti cosmetici.**

La Direttiva 2003/15/CE ha previsto un periodo di adattamento necessario all'ECVAM – European Centre for the Validation of Alternative Methods – per validare i metodi alternativi su basi scientifiche e consolidate, pari a 10 anni dall'entrata in vigore della Direttiva stessa. Pertanto, a partire dall' **11 marzo 2013** non sarà più possibile effettuare sperimentazioni sugli animali in ambito cosmetico, a prescindere dalla disponibilità o meno di metodi alternativi.

In vigenza di tale disposizione deve ritenersi consentito, fino a marzo 2013, l'utilizzo di diciture quali **"no animal tested"** anche se questa peculiarità possa essere comune anche ad altri cosmetici che non la palesano in etichetta. Preso atto della liceità del riferimento, è necessario ricordare che essa non deve figurare in risalto o essere posta in particolare evidenza rispetto ad altre indicazioni.

LA RICERCA DEI METODI ALTERNATIVI ALLA SPERIMENTAZIONE ANIMALE

Il nuovo Reg. Ce 1223/09, relativo ai cosmetici, conferma e ribadisce l'impegno dell'Unione Europea nel favorire lo sviluppo di conoscenze scientifiche per lo sviluppo di metodi alternativi alla sperimentazione animale. Come si legge nei considerando introduttivi del Regolamento *"è fondamentale che la Comunità persegua ed aumenti i suoi sforzi e prenda le misure necessarie, segnatamente attraverso i programmi quadro di ricerca, per promuovere la ricerca e la messa a punto di nuovi metodi alternativi che non comportino l'impiego di animali"*. La Commissione, inoltre, sta elaborando di concerto con gli Stati Membri, una serie di linee guida al fine di assicurare l'applicazione di criteri comuni all'uso delle dichiarazioni sulla sperimentazione animale e la loro interpretazione univoca per evitare che esse traggano in inganno il consumatore. Nell'elaborare le linee guida la Commissione ha tenuto conto anche dell'opinione delle numerose piccole e medie imprese che costituiscono la maggioranza dei fabbricanti che non ricorrono alla sperimentazione animale, nonché delle pertinenti organizzazioni non governative nonché della necessità dei consumatori di poter operare una distinzione pratica tra i prodotti in base al criterio della sperimentazione animale.

5.3 Codice a barre

Il codice a barre, attraverso una sequenza definita di numeri e di barre bicolori bianche e nere di diverso spessore, consente di individuare il Paese del fabbricante, il produttore, il prodotto. Sebbene il suo uso sia facoltativo (sono infatti i produttori che devono richiederlo presso i competenti uffici nazionali) il codice a barre è diventato ormai piuttosto diffuso perché facilita le imprese nell'identificazione dei prodotti e nella movimentazione delle merci.

Il GS1 – Global Standard – è l'organizzazione internazionale che ha il compito di attribuire, a ciascuna classe merceologica, un numero di riferimento. La diffusione del codice a livello nazionale avviene, invece, mediante appositi organismi che ne gestiscono anche il rilascio e il funzionamento; in Italia le aziende interessate a ricevere il proprio codice a barre dovranno contattare l'Istituto per le imprese di consumo (INDICOD-ECR) con sede a Milano.

Pur essendoci diverse tipologie di codici a barre quello più diffuso è il GTIN-13 (Global Trade Item Number) applicato ai prodotti a peso fisso.



Ciascun numero, o gruppo di numeri, del codice a barre ha un preciso significato. In particolare:

- le prime due cifre indicano il prefisso nazionale, ovvero il numero identificativo del Paese, che per l'Italia va da 80 a 83;
- il "codice proprietario del marchio" identifica il responsabile commerciale e viene assegnato dall' INDICOD-ECR;
- il "codice prodotto" è quello che l'azienda sceglie di attribuire per identificare il prodotto in base a parametri definiti (es. la quantità, composizione, confezione, ecc.); ogni azienda ha 1.000 numeri a disposizione;
- la "cifra di controllo" è calcolata, tramite un algoritmo, sulla base delle cifre presenti nel codice.

Nel caso in cui la confezione non sia sufficientemente grande da ospitare le 13 cifre è possibile utilizzare un formato a 8 cifre.

6. Controlli e regime sanzionatorio

I controlli sui prodotti cosmetici vengono svolti sia a livello nazionale che comunitario.

A livello nazionale il **Ministero della Salute** è responsabile delle attività di vigilanza nel settore che comportano, tra le altre cose, ispezioni presso gli stabilimenti produttivi e prelievi di campioni in commercio. In presenza di violazioni, l'applicazione delle sanzioni amministrative previste dalla Legge 713/1986 spetta alle Regioni, alle quali il Ministero della Salute invia l'informativa relativa alle violazioni accertate. Anche le Regioni, avvalendosi delle autorità sanitarie regionali e locali, svolgono attività di vigilanza e procedono all'accertamento e alla successiva sanzione delle irregolarità verificate nel proprio ambito di competenza. Il Ministero della Salute provvede a dare comunicazione dei provvedimenti di ritiro volontario e di divieto di commercializzazione dei prodotti cosmetici sia attraverso la Gazzetta Ufficiale sia attraverso il proprio portale informatico.

Per quanto riguarda il regime sanzionatorio, la Legge 713/1986 prevede le seguenti tipologie di violazioni:

Violazione	Reato Penale	Reato Amministrativo
Utilizzo di sostanze coloranti e conservanti vietati e/o presenti in quantità superiori ai limiti di legge (Legge 713/86, art. 3)	X	X
Sperimentazione su animali, con metodi diversi da quelli ammessi per legge (art.3)	X	X
Immissione in commercio di prodotti dannosi per la salute o comunque impuri dal punto di vista chimico e batteriologico (art. 7)	X	X
Errata etichettatura del prodotto		X
Utilizzo di claims che attribuiscono al prodotto proprietà medicinali e/o terapeutiche (art. 9)		X
Mancata notifica al Ministero della Salute delle attività di produzione e/o confezionamento di prodotti cosmetici così come la mancata comunicazione delle caratteristiche fisico-chimiche e microbiologiche del prodotto e dei suoi ingredienti (art. 10)		X

Tutte le sanzioni si applicano esclusivamente al produttore e/o all'importatore.

A livello comunitario la **Commissione Europea** ha istituito il sistema RAPEX – Rapid Alert System for non-food consumer products - un sistema di allarme rapido che facilita lo scambio di informazioni tra i Paesi Membri e la Commissione riguardanti le misure restrittive da intraprendere nel commercio di prodotti potenzialmente dannosi per la salute dei consumatori.



COME FUNZIONA IL SISTEMA RAPEX

Quando un prodotto (ad esempio un giocattolo, un cosmetico, un elettrodomestico, ecc.), viene considerato pericoloso, l'Autorità nazionale competente di ciascuno Stato Membro interviene per prendere misure appropriate per eliminare il rischio. L'Autorità nazionale competente (nel nostro caso il Ministero della Salute) informa la Commissione europea (Direzione generale per la Salute e la tutela dei consumatori), sul prodotto e su i rischi che esso comporta per i consumatori, nonché le misure adottate nel Paese per evitare la sua commercializzazione. La Commissione europea, valutata la fondatezza delle informazioni, le diffonde attraverso RAPEX ai punti di contatto nazionali di tutti gli altri paesi dell'UE affinché prendano provvedimenti analoghi. A tale scopo report settimanali su segnalazioni di prodotti pericolosi, e le relative misure adottate per eliminare i rischi, sono pubblicate anche su Internet (http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm). Acquisita l'informativa, le Autorità Nazionali degli altri Stati membri prendono misure per eliminare il rischio, sia

richiedendo che il prodotto sia ritirato dal mercato, sia segnalando ai consumatori mediante l'emissione di avvisi.

Esiste poi il RAPEX "CINA", ovvero un sistema on-line per la trasmissione regolare e rapida dei dati tra l'UE e la Cina in materia di sicurezza dei prodotti. La DG SANCO fornisce alle autorità cinesi le informazioni sui prodotti di consumo provenienti dalla Cina che sono stati identificati come pericolosi, e pertanto vietati o ritirati dal mercato europeo da parte delle autorità degli Stati membri, in modo di facilitare l'applicazione e la conoscenza da parte dei produttori cinesi degli standard di sicurezza comunitari.

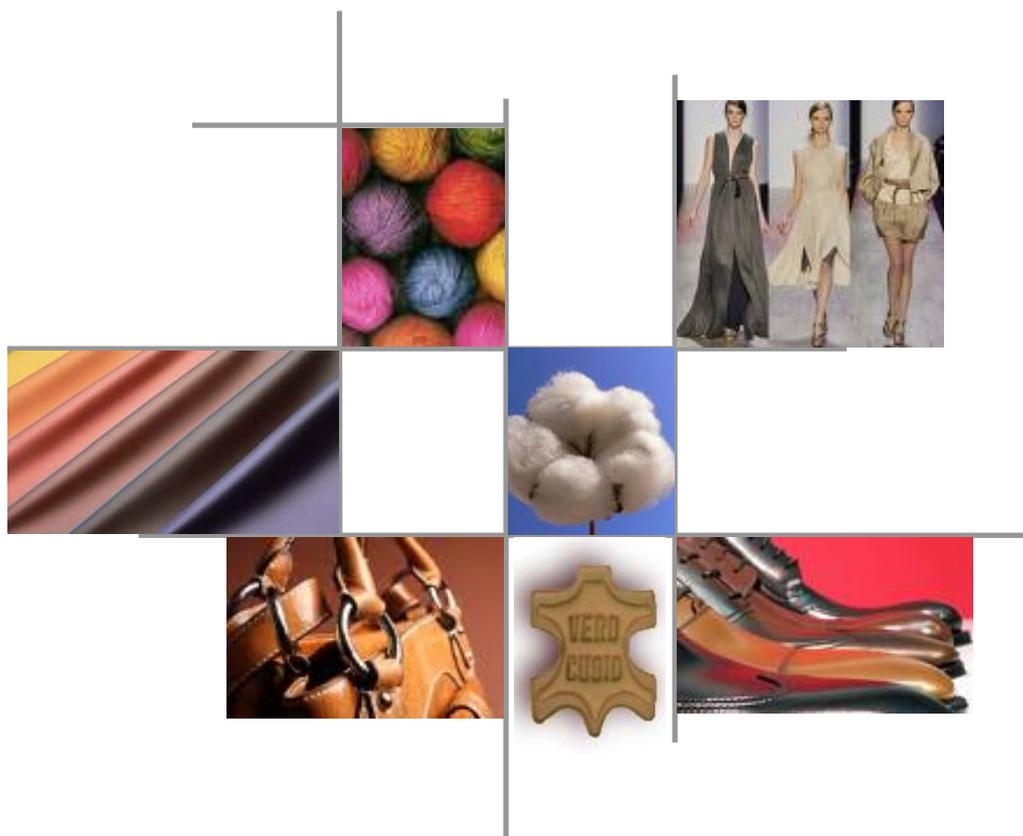
Per quanto riguarda le pratiche commerciali scorrette relative alla **pubblicità** dei prodotti cosmetici, l'Autorità di Riferimento è l'Autorità Garante per la Concorrenza sul Mercato (AGCM). L'Autorità Garante per la Concorrenza sul Mercato, meglio nota come Antitrust, è un'istituzione pubblica indipendente dal Governo, istituita nel 1990, che agisce per la tutela della concorrenza tra imprese e tra imprese e consumatori. Tra le competenze dell'Antitrust vi è anche la lotta alla pubblicità ingannevole a danno del consumatore; in questo campo l'Antitrust interviene attraverso la conduzione di ispezioni, realizzate in collaborazione con la Guardia di Finanza, o anche attraverso segnalazioni esterne inoltrate da cittadini. In caso di accertamento della violazione l'Antitrust interviene anche commisurando sanzioni pecuniarie.

ALCUNE INFRAZIONI RISCOstrate DALL'ANTITRUST

Nel comparto dei cosmetici l'Antitrust è più volte intervenuta con procedimenti istruttori volti all'accertamento di pratiche commerciali scorrette nei confronti di prodotti cosmetici che vantano proprietà in realtà non possedute. Ad esempio, nel corso del 2009, l'AGCM è intervenuta nei confronti di una ditta italiana che aveva immesso in commercio una crema atta a ridurre visibilmente e in modo considerevole le rughe nonché, come veicolato attraverso la pubblicità, a distendere le cicatrici da acne ed agire sulle smagliature. La crema, rivendicando l'adozione di una tecnologia innovativa e comprovati studi clinici, vantava il raggiungimento di rapidi risultati, anche nel giro delle 24 ore. Tuttavia, a seguito di una segnalazione di una consumatrice che ha denunciato una palese difformità tra quanto pubblicizzato e gli effetti nulli della crema, l'Antitrust ha ritenuto opportuno intervenire nei confronti dell'azienda, con un multa pecuniaria per "pratica commerciale scorretta" poiché volta ad indurre in errore i consumatori sulle caratteristiche e proprietà del prodotto e sugli effetti connessi al suo impiego. Come evidenziato nelle motivazioni a procedere presentate dall'Autorità stessa, non esiste nessuna crema che elimina i meccanismi di invecchiamento della cute i quali dipendono da molteplici fattori (invecchiamento cronologico, modificazioni ormonali, stress ambientale e ossidativo, ecc.). Le creme, in quanto prodotto cosmetico, possono intervenire unicamente sull'aspetto esteriore migliorandolo nel suo insieme e riducendo, di conseguenza, la visibilità delle rughe senza, tuttavia, contrastare quello che è un naturale processo fisiologico. L'elenco completo delle decisioni adottate dall'Antitrust in materia di pratiche commerciali e pubblicità ingannevole nel settore dei cosmetici è consultabile al sito internet <http://www.agcm.it/>.

Dal novembre 2007 è possibile contattare il numero verde dell'Antitrust (**800166661**) per segnalare comportamenti scorretti di aziende o negozi. A queste segnalazioni, laddove si riscontrassero profili effettivamente rilevanti ai sensi della normativa vigente, faranno seguito specifici approfondimenti istruttori da parte degli uffici del Garante. Il servizio rientra nelle iniziative adottate dall'Antitrust a seguito dell'entrata in vigore dei due decreti legislativi che ne hanno ampliato competenze e poteri in materia di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette (tra le principali novità, la possibilità di aprire un'istruttoria d'ufficio, il rafforzamento dei poteri ispettivi anche con l'ausilio della Guardia di Finanza e l'aumento delle sanzioni, il cui tetto massimo è passato da 100.000 a 500.000 euro).

ETICHETTATURA DEI PRODOTTI DEL COMPARTO MODA



1. Introduzione

Nella definizione generica di "comparto moda" rientrano i prodotti tessili, dell'abbigliamento, le calzature e la pelletteria. E' un comparto trainante dell'economia italiana e uno dei più rappresentativi dell'immagine del Made in Italy all'estero.

L'etichettatura dei prodotti del comparto moda è disciplinata a livello comunitario attraverso apposite Direttive applicabili su gli Stati Membri. Questa uniformità di approccio consente, da un lato, una migliore informazione e trasparenza verso i consumatori e, dall'altro, il corretto funzionamento del mercato interno perché armonizza le regole nazionali e sopprime le barriere commerciali al libero scambio tra i Paesi Membri.

L'etichettatura dei **prodotti tessili e dell'abbigliamento** è disciplinata dalla Direttiva 96/74/CE, recepita in Italia dal D. Lgs. n. 194 del 22 maggio 1999. L'etichettatura dei **prodotti calzaturieri e della pelletteria** (cuoio in particolare) è disciplinata dalla Direttiva 94/11/CE recepita in Italia dal DM 11 aprile 1996. Sebbene le molte modifiche ed integrazioni, questi provvedimenti normativi rimangono ad oggi i testi fondamentali in materia e, pertanto, verranno spesso richiamati nella presente Guida come strumenti indispensabili per conoscere le regole di etichettatura e di presentazione sul mercato dei prodotti del settore.

2. Principi generali nel commercio dei prodotti del comparto moda

Prima di entrare nel merito delle modalità di etichettatura dei prodotti in oggetto, è importante approfondire alcuni principi ed obblighi generali relativi al commercio, ovvero:

- **correttezza delle operazioni commerciali;**
- **chiarezza delle informazioni.**

Tali obblighi sono interamente a carico del produttore (o responsabile commerciale) e rappresentano dei *pre-requisiti* cogenti, ovvero condizioni preliminari e indispensabili per potere accedere al mercato e commercializzare correttamente verso il consumatore.

2.1 Correttezza delle operazioni commerciali

Qualsiasi bene, prodotto o servizio destinato al consumatore può essere commercializzato solo se conforme alle disposizioni contenute nel **Codice del Consumo** (D. Lgs. 206 del 6 settembre 2005), ovvero il testo normativo fondamentale, che nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale, definisce le regole comuni dei processi di acquisto e di consumo, nell'ottica di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori.

Il Codice del Consumo, ispirandosi al principio generale di **diligenza professionale** afferma che sono pratiche commerciali scorrette, e quindi vietate, tutte quelle azioni volte ad alterare o falsare in misura apprezzabile le scelte dei consumatori in relazione ad un determinato prodotto. In particolare è considerato scorretto commercializzare un prodotto che:

- contiene informazioni non corrispondenti al vero che alludono, ad esempio, all'esistenza di particolari caratteristiche del prodotto che in realtà esso non possiede;
- omette o riporta in modo occulto e poco trasparente informazioni rilevanti per il consumatore;
- esibisce marchi di fiducia o di qualità senza avere ottenuto la necessaria autorizzazione.

Queste ed altre fattispecie rientrano nella generale definizione di **pratiche commerciali ingannevoli** e quindi sono vietate poiché lesive della concorrenza oltre che della tutela del consumatore.

2.2 Chiarezza delle informazioni

Le informazioni riportate sull'etichetta dei prodotti devono figurare in *lingua italiana*, e devono essere redatte in modo chiaro, facilmente leggibile e tali da non indurre in inganno il consumatore. Ciò vuol dire, ad esempio, che non è corretto utilizzare abbreviazioni (es. "poliamm." o "PL" al posto di "poliammide") oppure codici e cifre che non siano facilmente identificabili (es. sostituire i riferimenti del responsabile commerciale con il numero di iscrizione al REA del Registro Imprese della CCIAA).

L'etichetta deve essere *applicata direttamente sul prodotto* in modo tale da renderne difficile la sua rimozione; l'etichetta, in particolare:

- nel comparto tessile e dell'abbigliamento, deve essere cucita, graffiata o allacciata ad un cordoncino fissato al capo;
- nel comparto delle calzature e della pelletteria, deve essere impressa a fuoco, stampata o incollata sui prodotti e, con specifico riferimento alle calzature, posta su almeno uno dei due paia.

Per facilitare le operazioni commerciali, la legge prevede specifiche deroghe per i prodotti venduti a metro (es. pezze di stoffa) o in piccole unità (es. rocchetti, gomitoli, matassine, ecc.): in questi casi sarebbe difficile applicare le etichette sui prodotti e pertanto le informazioni possono figurare sugli imballaggi oppure su supporti espositivi (es. rotoli); le etichette devono comunque rispettare i principi di chiarezza sopra illustrati.

3. Etichettatura dei prodotti tessili - abbigliamento

3.1 Definizioni e campo di applicazione

L'etichettatura dei prodotti tessili e dell'abbigliamento è disciplinata a livello comunitario dalla **Direttiva 96/74/CE** che è stata recepita in Italia con il **D. Lgs. n. 194 del 22 maggio 1999** (e sue successive modificazioni).

Secondo quanto disposto all'art. 2 del D. Lgs. 194/1999 sono **prodotti tessili** tutti i prodotti che, allo stato grezzo di semilavorati, lavorati, semimanufatti, manufatti, semiconfezionati o confezionati, sono **composti esclusivamente da fibre tessili - o almeno per l'80% del peso da fibre tessili** - indipendentemente dal processo produttivo utilizzato.

La Tabella 1 riporta le denominazioni di vendita delle **fibre tessili** riconosciute in ambito comunitario e le relative caratteristiche (Allegato 1 del D. Lgs. 194/99): parte di esse

sono di origine naturale (es. lana, alpaca, ecc.), altre invece sono artificiali, ovvero generate a livello industriale; l'elenco delle denominazioni delle fibre non è statico ma in continuo aggiornamento con nuovi inserimenti a seguito delle innovazioni tecnologiche che avvengono nel settore.

Gli operatori economici sono tenuti ad utilizzare esclusivamente le denominazioni di fibre riportate nella Tabella 1, in modo da garantire uniformità sul territorio comunitario.

Tabella 1 - Denominazioni delle fibre tessili e relative caratteristiche

Rif.	Denominazione	Descrizione delle fibre
1	Lana	Fibra tratta dal vello della pecora (<i>Ovis aries</i>)
2	Alpaca (m), lama (m), cammello (m), kashmir (m), mohair (m), angora (m), vigogna (f), yack (m), cashgora (m) guanaco (m), castoro (m), lontra (f), preceduta o meno dalla denominazione «lana» o «pelo»	Peli degli animali citati a fianco: alpaca, lama, cammello, capra del Kashmir, capra angora, coniglio angora, vigogna, yack, guanaco, capra cashgora (incrocio della capra kashmir e della capra angora) castoro, lontra.
3	Pelo (m) o crine (m) con o senza indicazione della specie animale (per esempio pelo bovino, pelo di capra comune, crine di cavallo...)	Peli di vari animali diversi da quelli citati ai punti 1 e 2.
4	Seta (f)	Fibra proveniente esclusivamente da insetti sericigeni.
5	Cotone (m)	Fibra proveniente dal seme del cotone (<i>Gossypium</i>).
6	Kopok (m)	Fibra proveniente dall'interno del frutto del kapok (<i>Ceiba pentandra</i>).
7	Lino (m)	Fibra proveniente dal libro del lino (<i>Linum usitatissimum</i>).
8	Canapa (f)	Fibra proveniente dal libro della canapa (<i>Cannabis sativa</i>).
9	Juta (f)	Fibra proveniente dal libro del <i>Corchorus olitorius</i> e del <i>Corchorus capsularis</i> . Ai sensi della presente direttiva sono assimilate alla juta le fibre provenienti dal libro dell' <i>Hibiscus-cannabinus</i> , <i>Hibiscus sabdariffa</i> , <i>Abutilon avicennae</i> , <i>Urena lobata</i> , <i>Urena sinutata</i> .
10	Abaca (f)	Fibra proveniente dalle guaine fogliari della <i>Musa textilis</i> .
11	Alfa (f)	Fibra proveniente dalla foglia della <i>Stipa tenacissima</i> .
12	Cocco (m)	Fibra proveniente dal frutto della <i>Cocos nucifera</i> .
13	Ginestra (f)	Fibra proveniente dal libro del <i>Cytisus scoparius</i> e/o <i>Spartium junceum</i> .
14	Ramié (m)	Fibra proveniente dal libro della <i>Boehmeria nivea</i> e della <i>Boehmeria tenacissima</i> .
15	Sisal (m)	Fibra proveniente dalle foglie dell' <i>Agave sisalana</i> .
16	Sunn	Fibra proveniente dal libro di <i>Crotalaria juncea</i> .
17	Henequen	Fibra proveniente dal libro di <i>Agave</i> .
18	Maguey	Fibra proveniente dal libro di <i>Agave Cantala</i> .
19	Acetato (m)	Fibra d'acetato di cellulosa di cui meno del 92% ma almeno il 74% dei gruppi ossidrilici è acetilato.
20	Alginica	Fibra ottenuta da sali metallici dell'acido alginico.
21	Cupro (m)	Fibra di cellulosa rigenerata ottenuta mediante procedimento cuprammoniacale.
22	Modal (m)	Fibre di cellulosa rigenerata, ottenuta con procedimento viscoso modificato ed avente un'elevata forza di rottura ed un elevato modulo a umido. La forza di rottura (Bc) allo stato ambientato e la forza (Bm) necessaria ad ottenere un allungamento del 5% allo stato umido sono: $Bc \text{ (centi-newton)} > = 1,3 \sqrt{T} + 2 T$ $Bm \text{ (centi-newton)} > = 0,5 \sqrt{T}$ dove T è la massa lineica media espressa in decitex.
23	Proteica	Fibra ottenuta a partire da sostanze proteiche naturali rigenerate e stabilizzate mediante l'azione di agenti chimici.
24	Triacetato (m)	Fibra di acetato di cellulosa di cui almeno il 92% dei gruppi ossidrilici è acetilato.
25	Viscosa (f)	Fibra di cellulosa rigenerata ottenuta mediante il procedimento viscosa per il filamento e per la fibra non continua.
26	Acrilica	Fibra formata da macromolecole lineari aventi nella catena almeno l'85% in massa del motivo acrilonitrilico.
27	Clorofibra (f)	Fibra formata da macromolecole lineari aventi nella catena più del 50% in massa del motivo monometrico vinilico clorurato o venilidenico

		clorurato.
28	Fluorofibra (f)	Fibra formata da macromolecole lineari ottenute a partire da monomeri alifatici fluorurati.
29	Modacrilica	Fibra formata da macromolecole lineari aventi nella catena più del 50% e meno dell'85% in massa del motivo acrilonitrilico.
30	Poliammide o Nylon	Fibra costituita da macromolecole lineari sintetiche aventi nella loro catena legami ammidici ricorrenti, di cui almeno l'85% è legato a motivi alifatici o ciclo-alifatici.
31	Aramide	Fibra di macromolecole lineari sintetiche, costituite da gruppi aromatici legati fra loro da legami ammidici ed immidici, di cui almeno l'85% è legato direttamente a due nuclei aromatici, mentre il numero dei legami immidici, ove presenti, non può essere superiore a quello dei legami ammidici.
32	Poliimmide	Fibra costituita da macromolecole lineari sintetiche aventi nella catena motivi immidici ricorrenti.
33	Lyocell	Fibra di cellulosa rigenerata, ottenuta con procedimento di dissoluzione e di filatura in solvente organico, senza formazione di derivati.
34	Polilattide	Fibra formata da macromolecole lineari la cui catena contiene almeno per Polilattide l'85% (in massa) unità di estere dell'acido lattico derivate da zuccheri naturali, e che ha una temperatura di fusione di almeno 135 °C.
35	Poliestere (m)	Fibra formata da macromolecole lineari aventi nella catena almeno l'85% in massa di un estere da diolo ed acido tereftalico.
36	Polietilenica	Fibra formata da macromolecole lineari sature di idrocarburi alifatici non sostituiti.
37	Polipropilenica	Fibra formata da macromolecole lineari sature di idrocarburi alifatici, di cui un atomo di carbonio ogni due porta una ramificazione metallica, in configurazione isotattica, e senza ulteriori sostituzioni.
38	Poliureica	Fibra formata da macromolecole lineari aventi nella catena la ripetizione del gruppo funzionale ureilico (NH-CO-NH).
39	Poliuretanic	Fibra formata da macromolecole lineari aventi nella catena la ripetizione del gruppo funzionale uretanico.
40	Vinilal (m)	Fibra formata da macromolecole lineari la cui catena è costituita da alcole polivinilico a tasso di acetalizzazione variabile.
41	Trivinilica	Fibra formata da terpolimero di acrilonitrile, di un monomero vinilico clorurato e di un terzo monomero vinilico, nessuno dei quali rappresenta il 50% della massa totale.
42	Gomma	Fibra elastometrica costituita sia da poliisoprene naturale o sintetico, sia da uno o più dieni polimerizzati con o senza uno o più monomeri vinilici che, allungata sotto una forza di trazione fino a raggiungere tre volte la lunghezza iniziale, riprende rapidamente e sostanzialmente tale lunghezza non appena cessa la forza di trazione.
43	Elastan (m)	Fibra elastomerica costituita da almeno l'85% in massa di poliuretano segmentato, che, allungata sotto una forza di trazione fino a raggiungere tre volte la lunghezza iniziale, riprende rapidamente e sostanzialmente tale lunghezza non appena cessa la forza di trazione.
44	Vetro tessile (m)	Fibra costituita da vetro.
45	Denominazione corrispondente alla materia della quale le fibre sono composte, per esempio: metallo (metallica, metallizzata), amianto, carta tessile, preceduta o meno dalla parola «filo» o «fibra»	Fibre ottenute da materie varie o nuove, diverse da quelle sopra indicate.
46	Elastomultiestere	Fibra formata dall'interazione, nel corso di due o più fasi distinte, di due o più macromolecole lineari chimicamente distinte (di cui nessuna supera l'85% in massa), contenente gruppi estere come unità funzionale dominante (almeno l'85%) che dopo opportuno trattamento, se allungate sotto una forza di trazione fino al raggiungere una volta e mezzo la lunghezza iniziale, riprende rapidamente e sostanzialmente tale lunghezza non appena cessa la forza di trazione.
47	Elastolefina	Fibra, composta di almeno il 95% (massa) di macromolecole parzialmente reticolate di etilene e di almeno un'altra olefina, che, dopo essere stata stirata fino ad una volta e mezza la sua lunghezza originale, recupera rapidamente e sostanzialmente la lunghezza iniziale una volta cessata la trazione.

Il D. Lgs. 194/1999 include nella categoria merceologica dei prodotti tessili, assoggettandoli alle regole di etichettatura, anche:

- i prodotti destinati alla copertura di mobili, ombrelloni, ombrelli e in generale per i rivestimenti;
- i prodotti tessili incorporati in altri prodotti di cui sono parte integrante e se ne viene specificata la composizione (es. imbottiture e rivestimenti in tessuto di cofanetti, giocattoli o altri oggetto se ne viene illustrata la composizione).

Ricapitolando, rientrano nella definizione di prodotto tessile non solo i tessuti e i capi di abbigliamento ma anche le pezze di stoffa vendute al metro e gli articoli tessili non destinati al vestiario comune (es. lenzuola, cuscini, tovaglie, piumini, copri letto, ecc.).

Sono **esclusi dal campo di applicazione del D. Lgs. 194/1999**, e pertanto possono essere commercializzati senza l'etichetta, i seguenti prodotti:

Fermamaniche di camicie	Chiusure lampo
Cinturini di materia tessile per orologio Etichette e contrassegni	Bottoni e fibbie ricoperti di materia tessile Manopole di materia tessile imbottite
Copricaffettiere	Copriteiere
Maniche di protezione	Manicotti non di felpa
Fiori artificiali	Puntaspilli
Tele dipinte	Prodotti tessili per rinforzi e supporti
Feltri	Prodotti tessili confezionati usati, purché esplicitamente dichiarati tali Imballaggi, esclusi quelli nuovi e venduti come tali
Ghette	
Cappelli di feltro	Articoli di materia tessile di pelletteria e di selleria
Centrini composti di vari elementi e con superficie inferiore a 500 cm ² Copriuova	Tessuti e guanti per ritirare i piatti dal forno Astucci per il trucco
Borse in tessuto per tabacco	Custodie in tessuto per occhiali, sigarette e sigari, accendisigari e pettini
Articoli di protezione per lo sport, ad esclusione dei guanti	Nécessaires» da toletta Nécessaires» per calzature
Articoli funerari	Articoli monouso, ad eccezione delle ovatte ¹¹ .
Articoli tessili soggetti alle norme della farmacopea europea quali bende e fasciature non monouso per applicazioni mediche ed ortopediche, ed articoli tessili d'ortopedia in generale	Articoli tessili, comprese funi, corde e spaghi destinati normalmente ad essere usati in modo strumentale nelle attività di produzione e di trasformazione dei beni d'emergenza, dispositivi antincendio, giubbotti antiproiettile, indumenti speciali di protezione
Articoli di materia tessile da viaggio	Arazzi ricamati a mano, finiti o da completare e materiali per la loro fabbricazione compresi i fili per ricamo venduti separatamente dal canovaccio e appositamente confezionati per essere impiegati per tali arazzi
Copertine di materia tessile per libri	Giocattoli
Parti tessili di calzature ad eccezione delle fodere coibenti	Strutture gonfiabili a pressione pneumatica (padiglioni per sport, stand d'esposizione, depositi, ecc.), sempre che vengano fornite indicazioni sulle

¹¹ Sono considerati monouso gli articoli tessili destinati ad essere usati una sola volta ovvero per breve durata, il cui normale impiego esclude qualsiasi ricondizionamento per un ulteriore uso identico o analogo.

Vele

loro prestazioni e caratteristiche tecniche

Articoli tessili per animali

Bandiere, stendardi e gagliardetti

3.2 Indicazioni obbligatorie

3.2.1 Responsabile commerciale

L'etichetta di un prodotto tessile e dell'abbigliamento deve riportare i *riferimenti al produttore*, ovvero il *fabbricante del prodotto finito* stabilito nella Unione Europea o qualsiasi altra persona che si presenti come tale apponendo sul prodotto il proprio nome, marchio o altro segno distintivo.

Se il produttore non è localizzato nella Unione Europea, i riferimenti devono intendersi al primo operatore commerciale localizzato sul territorio comunitario (es. importatore, grossista, rappresentante, venditore, ecc.).

Per "riferimenti" si intendono il nome (o marchio commerciale) e, facoltativamente, la sede che può essere menzionata anche con l'indicazione del Paese/Nazione.

Se il marchio commerciale del produttore contiene al suo interno una o più denominazioni di fibre tessili (es. "Ditta Emilcotone" o "Mario Rossi Cachemire") esso deve essere immediatamente seguito dalle indicazioni relative alla composizione del capo, le cui modalità sono illustrate al paragrafo successivo.

3.2.2 Etichetta di composizione

L'etichetta dei prodotti tessili e dell'abbigliamento deve riportare l'indicazione della loro *composizione*, ovvero la/e fibra/e in esso contenute.

Le regole per la compilazione dell'etichetta di composizione sono differenti a seconda che il prodotto sia:

- ottenuto unicamente da una fibra tessile;
- ottenuto da due o più fibre tessili, delle quali almeno una pari all'85% del peso totale;
- ottenuto da due o più fibre tessili, delle quali nessuna pari all'85% del peso totale.

Le fibre devono essere menzionate utilizzando le denominazioni riportate alla Tabella 1.

a) Prodotto ottenuto unicamente da una fibra tessile

In questo caso l'etichetta di composizione deve riportare il nome della fibra, preceduta dall'indicazione "100%" o "Puro" o "Tutto".

100% cotone

Puro Cotone

Tutto Cotone

Non sono ammesse modalità differenti.

b) Prodotto ottenuto da più fibre tessili, delle quali almeno una pari all'85%

In questo caso l'etichetta di composizione può riportare, in via alternativa:

- a) l'indicazione della sola fibra presente in quantità maggiore all'85%, seguita dalla relativa percentuale (modalità A);
- b) l'indicazione della sola fibra presente in quantità maggiore all'85%, seguita dall'indicazione "minimo 85%" (modalità B);
- c) la composizione completa del prodotto (modalità C).

Modalità A	Modalità B	Modalità C
Cotone 90 %	Cotone minimo 85%	Cotone 90% Lana 10%

Non sono ammesse modalità differenti.

c) Prodotto ottenuto da più fibre tessili, delle quali nessuna pari ad almeno l'85%

In questo caso l'etichetta di composizione deve riportare l'indicazione di almeno due delle principali fibre presenti, seguite dalla relativa percentuale in peso; le rimanenti fibre devono essere indicate successivamente, con (modalità A) o senza (modalità B) l'indicazione percentuale relativa alla loro presenza in peso.

Modalità A	Modalità B
Cotone 40 % Lana 40 % Alpaca 20%	Cotone 40 % Lana 40 % Alpaca

Non sono ammesse modalità differenti.

Con riferimento alle fattispecie b) e c), il D. Lgs. 194/99 dispone che tutte le fibre presenti in quantità non superiore al 10% in peso del prodotto finito possono essere menzionate con l'indicazione "Altre fibre" seguita dalla percentuale globale (modalità A); se invece tali fibre vengono menzionate, le denominazioni devono essere accompagnate dalla relativa percentuale (modalità B).

Modalità A	Modalità B
Lana 90 % Altre fibre 10%	Lana 90 % Poliestere 5% Viscosa 5%

Il D. Lgs. 194/99 stabilisce, poi, requisiti specifici per l'utilizzo in etichetta di alcune indicazioni denominate *qualificativi*:

- "vergine": indicazione ammessa solo in riferimento alla lana che non è stata incorporata in un prodotto finito e/o non ha subito altre operazioni o trattamenti che ne abbiano danneggiato la composizione,

se non quelli previsti per la realizzazione del capo; in caso di utilizzo di lana in mischia assieme ad altre fibre, il termine "vergine" ad essa associato può essere utilizzato solo se la fibra è presente per almeno il 25% del peso totale del capo; mentre; "vergine" può essere sostituito con il termine "di tosa" (**lana di tosa**).

Modalità corretta



Modalità scorretta



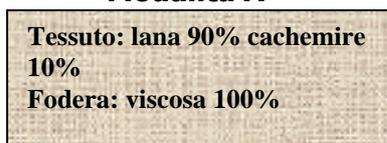
- "**misto lino**": indicazione ammessa solo in riferimento ai prodotti tessili realizzati con ordito in puro cotone e trama in puro lino (ricordiamo che il termine 'puro' sta ad indicare "esclusivamente") e nei quali il lino è presente in quantità non inferiore al 40% del peso totale del tessuto; tale indicazione deve essere obbligatoriamente seguita dalla dicitura "Ordito puro cotone e trama puro lino";
- "**fibre varie**" o "**composizione tessile non determinata**": tali indicazioni sono ammesse in pochi e ristrettissimi casi, e solo per quei prodotti la cui composizione sia difficile da determinare al momento della fabbricazione.

3.2.3 Etichetta dei prodotti composti

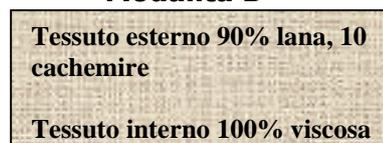
Rientrano in questa categoria quei prodotti che sono composti da due o più tessuti ciascuno dei quali con una diversa composizione fibrosa: ad esempio un cappotto in lana con fodera in nylon, una maglia realizzata in lana ed in pile, o una gonna in lino con fodera interna in acetato.

In questi casi l'etichetta di composizione deve riportare la composizione fibrosa di ciascuno dei tessuti presenti, menzionando **la componente** o parte alla quale è riferita (modalità A) oppure **la posizione** (modalità B).

Modalità A



Modalità B



Non sono ammesse modalità differenti.

Nell'indicazione delle fibre e degli eventuali qualificativi (es. puro, 100%, vergine, misto lino, ecc.) valgono le regole precedentemente descritte.

Per alcuni articoli di **corsetteria** (reggiseno, guaine, guaine interne o modellatori) il D. Lgs. 194/99 ha individuato le componenti principali del prodotto che devono essere menzionate nell'etichetta di composizione:

Prodotto	Componenti principali definite dal D. Lgs. 194/99
Reggiseno	Tessuto esterno e interno delle coppe, parte posteriore.
Guaine	Parte davanti, dietro, laterale.
Guaine interne (modellatori)	Tessuto esterno e interno delle coppe, parte davanti, dietro e laterale.

Negli articoli sopra elencati l'etichetta di composizione può essere globale (modalità A) oppure riferita alle singole componenti del prodotto menzionando, però, esclusivamente quelle contemplate dalla legge (modalità B). Riportiamo l'esempio di una etichetta di composizione di un reggiseno:

Modalità A

<p>Poliammide 70% Cotone 20% Elastan 10%</p>

Modalità B

<p>Tessuto esterno coppe: Poliammide 85%, Elastan 15% Tessuto interno coppe: Cotone 100% Parte posteriore: Poliammide 100%</p>

Infine due *prodotti tessili che sono un insieme inseparabile*, poiché venduti obbligatoriamente assieme, e che presentano la stessa composizione fibrosa (es. un pigiama composto da una maglietta e un pantalone) possono riportare una etichetta di composizione globale riferita ad entrambi pezzi.

3.2.4 Tolleranze e deroghe

Il D. Lgs. 194/99 contempla la possibilità di omettere dall'etichetta di composizione di alcune fibre se rientrano nelle tolleranze di seguito riportate:

Articoli	Tolleranza
Lana vergine	Possono essere omesse dall'etichetta le impurità fibrose che non superano lo 0,3 in peso.
Prodotti tessili	Possono essere omesse dall'etichetta di composizione le fibre che non superano: <ul style="list-style-type: none"> • il 2% in peso sul prodotto finito, se la loro presenza è legata a motivi tecnici e non è sistematica;¹² • il 2% del peso del prodotto finito, se hanno un effetto antistatico (es. fibre metalliche); • il 5% in peso sul prodotto finito, se sono cardate;¹³ • il 7% in peso sul prodotto finito, se hanno uno scopo meramente decorativo.

¹² Per chiarire il concetto di "sistematicità" riportiamo un esempio: una calza realizzata per il 98% da cotone e il 2% di elastan dovrà riportare in etichetta entrambe le fibre poiché l'elastan, pur rientrando nei limiti di tolleranza, è aggiunto in modo sistematico per dare elasticità alla calza.

Prodotti composti	Possono essere omesse dall'indicazione in etichetta: <ul style="list-style-type: none"> • le componenti che pesano meno del 30% del peso totale del prodotto, ad eccezione delle fodere principali, ovvero i rivestimenti interni del capo che non hanno funzione di rinforzo o di sostegno; • le applicazioni (es. ricami) che rappresentano meno del 10% del prodotto finito.
-------------------	---

La composizione percentuale di un tessuto può variare massimo del 3% rispetto ai valori delle analisi condotte sullo stesso, effettuate dal produttore e/o dalle Autorità di controllo nello svolgimento delle loro funzioni; se il valore viene superato si incorre nella fattispecie sanzionatoria relativa alla errata indicazione della composizione (cfr. § 5).

Infine, per i prodotti di seguito elencati è possibile applicare una etichetta di composizione globale apposta sull'imballaggio o sul supporto espositivo, e non direttamente sull'articolo, ma solo se tali prodotti possiedono caratteristiche comuni e fanno parte dello stesso lotto produttivo (cioè sono stati fabbricati in condizioni praticamente identiche).

Canovacci	Elastici
Strofinacci per pulizia	Imballaggi nuovi e venduti come tali
Bordure e guarnizioni	Spaghi per imballaggio ed usi agricoli
Passamaneria	Centrini
Cinture	Fazzoletti
Bretelle	Retine per capelli
Reggicalze e giarrettiere	Cravatte e nodi a farfalla per bambini
Stringhe	Bavaglini, guanti e pannolini per bagno
Nastri	Fili per cucito, rammendo e ricamo, preparati per la vendita al minuto in piccole unità, il cui peso netto non superi 1 g
Cinghie per tendaggi e veneziane	

¹³ Con il termine cardato si indica un particolare metodo di lavorazione utilizzato per la lavorazione di fibre discontinue di lunghezza irregolare; i filati e/o tessuti cardati, a differenza di quelli pettinati, presentano un aspetto pelurioso, voluminoso, caldo e vengono normalmente impiegati per la confezione di capi di abbigliamento pesanti come cappotti, giacconi, giacche spezzate ecc.

3.3 Indicazioni facoltative

Il produttore può integrare l'etichetta di composizione con indicazioni utili ad orientare il consumatore sulle caratteristiche del prodotto acquistato. Tali indicazioni sono facoltative e non possono sostituire quelle obbligatorie, relative al responsabile commerciale e alla composizione del prodotto, che devono essere sempre e comunque presenti in etichetta.

Le indicazioni facoltative più diffuse e adottate dagli operatori del settore sono, indubbiamente, quelle relative alla **manutenzione** del prodotto ed alle **caratteristiche di qualità** della materia prima e/o del processo produttivo. Il panorama delle indicazioni facoltative è tuttavia molto ampio: ci limiteremo, pertanto, ad illustrare quelle principali e più diffuse sul mercato nazionale e comunitario.

Anche alle indicazioni facoltative si applicano i principi generali in materia di etichettatura, ovvero chiarezza, leggibilità e veridicità delle informazioni.

3.3.1 Etichetta di manutenzione

Sono considerati procedimenti di *manutenzione* tutti quei trattamenti (domestici o professionali) che servono a mantenere intatto nel tempo il tessuto o il capo di abbigliamento acquistato: ad esempio lavaggio, candeggio, stiratura, asciugatura, e via dicendo.

La Dir. 96/74/CE, che disciplina a livello comunitario le modalità di etichettatura dei prodotti tessili, non entra nel merito dell'etichetta di manutenzione, lasciando a tutti gli Stati Membri la libertà di renderla cogente o meno sul proprio territorio. Il D. Lgs. 194/1999, che recepisce in Italia la Direttiva Comunitaria, non obbliga gli operatori a dare informazioni circa la manutenzione dei capi 'limitandosi' a disciplinare le modalità per la sua corretta compilazione.

Tuttavia vista l'importanza delle informazioni che l'etichetta di manutenzione veicola al consumatore, essa è di fatto adottata da tutti gli operatori commerciali ed ampiamente diffusa sulla quasi totalità degli articoli immessi in commercio, non solo in Europa ma anche nel Mondo. La necessità di conoscere le tecniche di trattamento per la pulizia di un capo è, infatti, importante almeno quanto la sua composizione: esse consentono di mantenerlo più a lungo nel suo aspetto originario e di proteggerlo da eventuali danni irreversibili durante i processi di manutenzione.

Nel predisporre l'etichetta di manutenzione gli operatori si richiamano alle regole stabilite nello standard internazionale UNI EN ISO 3758 "Tessili - Codice di etichettatura di manutenzione mediante segni grafici".

La ISO 3758 individua i principali processi di manutenzione nel settore tessile - abbigliamento ed i relativi pittogrammi valevoli a livello internazionale, scelti perché facilmente comprensibili in qualsiasi Paese, indipendentemente dalla lingua parlata:

Tabella 2 – Etichetta di manutenzione: i pittogrammi contemplati dalla ISO 3758

Attività di manutenzione	Definizione	Pittogramma
Lavaggio ad umido	Processo di pulitura degli articoli tessili in bagno acquoso. Include tutte o alcune delle seguenti operazioni, eseguite a mano o in macchina: - bagnatura, prelavaggio, lavaggio a diverse temperature con l'ausilio dell'azione meccanica ed in presenza di detersivi o altri prodotti, risciacquo; - eliminazione dell'acqua effettuata durante il lavaggio	

	e/o alla fine del processo.	
Candeggio	Processo eseguito in bagno acquoso prima, durante o dopo il lavaggio che richiede l'utilizzo di un agente ossidante in grado di rimuovere sporco e macchie persistenti migliorando nel contempo il grado di bianco.	
Asciugatura in tamburo	Processo di asciugatura dopo il lavaggio al fine di rimuovere l'acqua in eccesso, seguito con trattamento in aria calda in tamburo rotante.	
Asciugatura naturale	Asciugatura eseguita dopo il lavaggio al fine di rimuovere l'acqua in eccesso per sgocciolamento con o senza strizzatura oppure in piano, al riparo o meno dalla luce solare.	
Stiratura	Processo atto a ristabilire forma ed aspetto del capo attraverso l'applicazione appropriata di temperatura, pressione e vapore.	

I pittogrammi di base riportati in Tab. 2 vengono poi integrati con simboli e/o numeri complementari relativi alle modalità operative da adottare in ciascuna attività di manutenzione.

Tabella 3 – Simboli complementari

Simbolo	Significato
	E' la Croce di Sant'Andrea e, posta sopra un simbolo grafico, sta ad indicare che quel trattamento non deve essere eseguito.
	La barra sotto la vaschetta o il cerchio indica che il trattamento dovrebbe essere eseguito in modo delicato rispetto allo stesso trattamento con il segno grafico senza barra.
	La doppia barra sotto la vaschetta o il cerchio indica che il trattamento dovrebbe essere eseguito in modo molto delicato rispetto allo stesso trattamento con il segno grafico senza barra.
	Indica le temperature del trattamento di lavaggio, asciugatura e di stiratura, da 1 a 6 punti, corrispondente a 30, 40, 50, 60, 70, 95 °C.

Simboli del lavaggio ad umido (temperature previste 30, 40, 60, 95 °C)

Simbolo	Significato
	Lavaggio solo a mano. Non lavare a macchina. Temperatura massima 40°C. Trattare con cura.
	Non lavare in acqua. Allo stato umido trattare con cura.
	Lavare alla temperatura massima di 30°C. Ciclo normale.
	Lavare alla temperatura massima di 30°C. Ciclo delicato.
	Lavare alla temperatura massima di 30°C. Ciclo molto delicato.

Simboli del candeggio

Simbolo	Significato
	Non candeggiare.
	Candeggiare solo con prodotti ossidanti privi di cloro.
	Candeggiare con qualsiasi prodotto ossidante (sodio ipoclorito, perossido di idrogeno, ecc.).

Simboli dell'asciugatura meccanica

Simbolo	Significato
	Non asciugare a mezzo di asciugabiancheria a tamburo rotativo, ovvero centrifuga non ammessa.
	Asciugare a mezzo di asciugabiancheria a tamburo rotativo ammessa, programma di asciugatura a temperatura ridotta.
	Asciugatura a mezzo di asciugabiancheria a tamburo rotativo ammessa, programma di asciugatura a temperatura normale.

Simboli dell'asciugatura naturale

Simbolo	Significato
	Asciugatura in posizione verticale, appeso, dopo spremitura e/o centrifuga per eliminare l'acqua in eccesso.
	Asciugatura del prodotto tessile appeso in posizione verticale, intriso d'acqua, cioè senza spremitura e/o centrifuga.
	Asciugatura all'ombra lontano dal sole.

Simboli della stiratura

Simbolo	Significato
	Non stirare; la stiratura a vapore ed i trattamenti a vapore non sono ammessi.
	Temperatura massima della piastra del ferro: 110°C.
	Temperatura massima della piastra del ferro: 150°C.
	Temperatura massima della piastra del ferro: 200°C.

Ad esempio: un capo lavabile a mano, alla temperatura massima di 40°C, senza candeggio e senza centrifuga, e stirabile ad una temperatura della piastra di massimo 110°C, avrà una etichetta di manutenzione predisposta nel seguente tipo:



Ai cinque simboli generali (lavaggio ad umido, candeggio, asciugatura in tamburo, asciugatura naturale e stiratura), possono essere aggiunti quelli relativi al lavaggio professionale a secco o in umido, di seguito riportati:

Simbolo	Significato
	Lavaggio professionale a secco (utilizzando come solventi gli idrocarburi).
	Lavaggio professionale a secco (utilizzando come solventi gli idrocarburi o percloroetilene).
	Lavaggio professionale in umido.

E' consentito aggiungere, anche, indicazioni aggiuntive che chiariscono ed integrano le istruzioni di manutenzione (es. "lavare separatamente", "stirare al rovescio", ecc.).

L'etichetta di manutenzione deve essere applicata direttamente sull'articolo, e in modo tale da risultare difficilmente rimovibile; deve essere realizzata in materiali resistenti ai lavaggi ed a tutti i trattamenti di manutenzione indicati; i pittogrammi, infine, devono essere riportati in grandezza tale da poter essere facilmente leggibili dal consumatore.

3.3.2 Origine

Indicare il Paese di origine sull'etichetta dei prodotti tessili e dell'abbigliamento non è una informazione obbligatoria. Ciò nonostante, proprio in virtù dell'immagine che il nostro Paese vanta nel comparto moda, l'indicazione "Made in Italy" è largamente impiegata.

Per l'attribuzione dell'origine, si applicano le regole previste dalla normativa europea doganale la quale stabilisce che il nome del Paese deve corrispondere a quello dove è **avvenuta l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale atta a dare le caratteristiche di prodotto nuovo**. Ciò vuol dire che una gonna realizzata con un tessuto e una fodera di origine estera, assemblata e confezionata in Italia potrà riportare l'indicazione Made in Italy poiché la fase di lavorazione sostanziale (ovvero la lavorazione del tessuto e della fodera per produrre la gonna) è avvenuta in Italia, sebbene la materia prima sia di provenienza estera.

E' evidente che la normativa europea doganale non è il migliore strumento per l'attribuzione dell'origine di un prodotto anche se, al momento, è l'unico ad essere condiviso. La Commissione Europea, su impulso delle Associazioni di rappresentanza dei consumatori e soprattutto del nostro Paese, sta lavorando ad una proposta di Regolamento per rendere obbligatoria l'indicazione dell'origine "Made in..." su alcuni prodotti industriali importati da Paesi extra UE tra i quali i prodotti tessili, dell'abbigliamento, calzature, pelli e cuoio. L'intervento va nella direzione di tutelare la competitività delle imprese comunitarie ma anche di difendere gli interessi dei consumatori che devono poter accedere, in maniera trasparente, alle informazioni sull'origine del prodotto scelto.

LE ATTIVITA' DEL SISTEMA CAMERALE NEL COMPARTO MODA

Attraverso l'Associazione Camerale **ITF – Italian Textile Fashion** – il Sistema Camerale ha attivamente sostenuto l'iniziativa comunitaria per l'introduzione di una marcatura obbligatoria "Made in ..." su prodotti extra-Ue ed ha, al contempo, realizzato uno schema certificativo volto a garantire l'origine delle principali fasi di lavorazione dei **prodotti tessili, dell'abbigliamento, calzature, pelletteria e pellicceria**. Le aziende che scelgono di aderire alla certificazione, assoggettandosi a rigorosi controlli, possono commercializzare i loro prodotti con una apposita etichetta di tracciabilità rilasciata da ITF nella quale viene riportata l'indicazione

del Paese dove sono state realizzate le principali fasi di lavorazione. Per ulteriori informazioni sulla certificazione e per conoscere il nome delle aziende certificate, consultare il sito di ITF: www.itfashion.org

3.3.3 Ulteriori indicazioni

Nel settore tessile - abbigliamento è molto comune fare uso di **marchi di certificazione** rilasciati da organismi riconosciuti (a livello nazionale o internazionale) per attestare che il prodotto ha rispettato determinati parametri di qualità e/o metodologie di processo più restrittivi rispetto a quelli previsti dalla normativa cogente.

Riportiamo di seguito i principali e più comuni marchi di certificazione nel settore tessile e abbigliamento, riferiti al prodotto o al processo produttivo:

Tipologia	Marchio	Caratteristiche certificate	Applicazione
Prodotto	Pura Lana vergine 	E' un marchio internazionale, ideato e rilasciato dalla Woolmark Company, ed attesta, oltre all'esclusiva presenza di fibre di lana provenienti solo dalla tosatura e non recuperate da altri processi industriali, anche requisiti di solidità delle tinte, resistenza alla trazione e irrestringibilità.	Filati e tessuti in lana
Prodotto	Misto Lana vergine 	Anche questo è un marchio ideato e rilasciato dalla Woolmark Company e identifica quei prodotti nei quali la lana vergine è presente in quantità non inferiore al 60% ed è stata miscelata esclusivamente con altra fibra naturale, artificiale o sintetica.	Filati e tessuti in lana
Prodotto	Oeko-Tex Standard 	E' un marchio internazionale, ideato e rilasciato dalla Associazione Internazionale Oeko-Tex, ed attesta che il prodotto tessile e le sue materie prime non contengono prodotti chimici e/o sostanze che potrebbero essere nocive per la salute umana; la certificazione viene rilasciata a fronte di analisi di laboratorio su parametri restrittivi individuati dall'Associazione stessa.	Tessile Abbigliamento
Prodotto Processo	Ecolabel 	E' un marchio comunitario, istituito con il Reg. Ce 1980/00 e recentemente aggiornato dal Reg. Ce 66/2010, ed attesta che: - il prodotto non contiene sostanze che possono creare allergie alla pelle dei consumatori; - il processo produttivo è ecologicamente sostenibile perché riduce le emissioni inquinanti e l'utilizzo di sostanze dannose per l'ambiente.	Tessile Abbigliamento
Prodotto Processo	GOTS (Global Organic Textile standard – Tessile Biologico) 	E' un marchio internazionale, ideato e rilasciato dal GOTS (Global Organic Textile Standard – Standard Globale del Tessile Biologico), ed attesta che: - il prodotto è stato ottenuto a partire da fibre naturali; - il processo di lavorazione è a basso impatto ambientale.	Tessili
Prodotto Processo	Serico 	E' un marchio nazionale, ideato dal Centro Tessile Serico di Como, e rilasciato a quelle aziende che attestano di: - svolgere in Italia almeno due fasi fondamentali del processo produttivo; - realizzare prodotti che non contengono o rilasciano sostanze nocive per il consumatore; - adottare comportamenti eticamente e socialmente responsabili, sia verso il proprio personale e/o fornitori, sia verso l'ambiente.	Tessili

Prodotto Processo	"Aderisce al Progetto Tessile e Salute"	L'Associazione Tessile e Salute di Biella rilascia l'autorizzazione ha riportare questa indicazione in etichetta alle aziende che, sottoponendosi a specifici controlli, dimostrano di realizzare un prodotto che non contiene sostanze potenzialmente dannose per la salute dell'uomo.	Tessile Abbigliamento
----------------------	--	---	-----------------------

Infine in etichetta si possono menzionare indicazioni facoltative che servono a qualificare il prodotto dal punto di vista commerciale. Sono comunemente note come "qualificativi" (diversi da quelli riportati al § 3.2.2) e fanno riferimento a:

- il metodo di produzione della fibra tessile: ad esempio "supefino", "lavato", "pettinato", ecc;
- la qualità della fibra tessile: ad esempio "superfino", "filo di scozia", ecc.

I qualificativi devono essere riportati immediatamente dopo l'indicazione della fibra alla quale fanno riferimento.

Tabella 4 – Esempi di corretta etichettatura dei capi

Articolo	Etichetta corretta	Etichetta sbagliata
<p>Gonna in seta con fodera in viscosa</p> 	<p>100% Pura Seta Fodera: 100% Viscosa</p>	<p>100% Vera Seta Fodera: 100% Viscosa Il termine "Vero/a" non rientra nei qualificativi ammessi dal D. Lgs. 194/99 e pertanto la sua apposizione in etichetta è vietata.</p>
<p>Maglione in lana e acrilico</p> 	<p>Lana 90% Acrilico 10%</p> <p>Oppure: Lana minimo 85%</p> <p>Oppure: Lana 90% Altre fibre 10%</p>	<p>Lana 90% Fibre varie 10% Il termine "Fibre varie" è ammesso in pochi e ristrettissimi casi, quando è molto difficile determinare la composizione al momento della determinazione.</p> <p>Pura Lana Vergine 90% Fibre varie 10% Il termine "Puro" è ammesso solo se la fibra rappresenta il 100% del prodotto; il termine "Vergine" associato alla lana è ammesso solo se la fibra non ha subito alcun processo di lavorazione e contiene un quantitativo di altre fibre non superiore allo 0,3% in peso.</p>
<p>Copricapo in lana, con applicazioni in velluto e fodera in viscosa</p> 	<p>98% Lana Vergine 2% Cotone Fodera: 100% Viscosa</p> <p>Il termine "Vergine" associato alla lana è ammesso perché la fibra è presente in quantità maggiore al 25% del peso del campo.</p> <p>Oppure: 100% Lana Fodera: 100% Viscosa</p> <p>Le applicazioni in velluto (cotone) possono essere omesse in quanto pesano meno del 10% del prodotto finito ed hanno scopo decorativo.</p>	<p>Lana 98% Cot. 2% Fodera 100% Viscosa</p> <p>I nomi delle fibre devono essere riportate per esteso ed utilizzando le denominazioni previste dal D. Lgs. 194/99; non sono ammesse abbreviazioni.</p>
<p>Camicia in cotone, viscosa ed elastane</p> 	<p>Cotone 85% Viscosa 10% Elastane 5%</p> <p>Oppure: Cotone 85% Altre fibre 15%</p>	<p>Cotone 85% Viscosa Elastane Le fibre che pesano meno del 10% in peso del prodotto finito, se menzionate devono essere seguite della relativa percentuale</p> <p>Cotone 85% Viscosa 10% L'elastane non può essere omesso dall'etichetta di composizione perché è presente in quantità maggiore al 2% in peso sul prodotto finito</p>

4. Calzature e articoli di pelletteria

4.1 Definizioni

L'etichettatura delle calzature e degli articoli di pelletteria è disciplinata a livello comunitario dalla Direttiva 94/11/CE che è stata recepita in Italia con il DM 11 aprile 1996 (e sue successive modificazioni).

Con il termine **calzature** vengono identificati tutti gli articoli di abbigliamento che proteggono o coprono il piede: dai sandali, la cui superficie esterna è fatta semplicemente di lacci o strisce regolabili, fino agli stivali la cui superficie esterna copre gamba e coscia.

Rientrano nella definizione di calzature, e pertanto sono assoggettati agli obblighi di etichettatura, i seguenti prodotti (Allegato 1 del DM 11/04/96):

- scarpe con o senza tacco da portare all'interno o all'esterno;
- stivali fino alla caviglia, stivali a metà gamba, stivali fino al ginocchio e stivali che coprono le cosce;
- sandali di vario tipo, «espadrilles» (scarpe con tomaia in tela e soles in materia vegetale intrecciata), scarpe da tennis, scarpe da jogging e per altre attività sportive, scarpe da bagno e altre calzature di tipo sportivo;
- calzature speciali concepite per un'attività sportiva e che sono o possono essere munite di punte, ramponi, attacchi, barrette o accessori simili, calzature per il pattinaggio, lo sci, la lotta, il pugilato e il ciclismo. Sono anche comprese le calzature cui sono fissati dei pattini da ghiaccio o a rotelle;
- scarpe da ballo;
- calzature in un unico pezzo formato in gomma o plastica, esclusi gli articoli «usa e getta» in materiale poco resistente (carta, fogli di plastica, ecc., senza soles riportate);
- calosce portate sopra altre calzature, in alcuni casi prive di tacco;
- calzature «usa e getta» con soles riportate concepite in genere per essere usate soltanto una volta;
- calzature ortopediche.

Sono invece escluse dal campo di applicazione della normativa riguardante l'etichettatura le calzature usate, le calzature giocattolo e le calzature tecniche, destinate alla protezione individuale (es. calzature atte a prevenire gli scivolamenti, a proteggere una parte del corpo contro sollecitazioni, ecc.).

Per quanto riguarda gli **articoli di pelletteria** il DM 11/04/96, in attuazione della Direttiva Comunitaria, fissa specifiche modalità di etichettatura dei prodotti in cuoio, la cui definizione è riportata al successivo § 4.2.2.

4.2 Indicazioni obbligatorie

4.2.1 Responsabile commerciale

L'etichetta di una calzatura o di un prodotto in pelle deve obbligatoriamente riportare i **riferimenti al produttore**, ovvero il **fabbricante del prodotto finito** stabilito nella Unione Europea o qualsiasi

altra persona che si presenti come tale apponendo sul prodotto il proprio nome, marchio o altro segno distintivo.

Se il produttore non è localizzato nella Unione Europea, i riferimenti devono intendersi al primo operatore commerciale comunitario (es. importatore, grossista, rappresentante, venditore, ecc.).

Per "riferimenti" si intendono il nome (o marchio commerciale) e, facoltativamente, la sede che può essere menzionata anche con l'indicazione del Paese/Nazione.

Sul responsabile commerciale ricade l'onere della corretta predisposizione dell'etichetta mentre sul venditore di calzature quello di esporre nel punto vendita un cartello illustrativo della simbologia adottata per realizzare l'etichettatura, che approfondiamo al paragrafo successivo.

4.2.2 Etichetta di composizione

Le calzature e i prodotti in pelle devono essere accompagnati da una etichetta che indica la loro composizione.

Nelle calzature è necessario menzionare, per ciascun **componente principale**, la **tipologia di materiale** che costituisce almeno l'80% della superficie; se nessun materiale raggiunge l'80%, l'etichetta deve riportare le informazioni di almeno due dei materiali prevalenti.

Le componenti principali di una calzatura sono (DM 11/04/96):

Componenti principali della calzature	Descrizione	Pittogramma identificativo
Tomaia	La tomaia è la superficie esterna dell'elemento strutturale attaccato alla suola esterna. Sono esclusi gli accessori (fibbie, occhiali, ecc.) e i rinforzi (bordure, linguette, ecc.).	
Rivestimento della tomaia e suola interna	Si tratta della fodera e del sottopiede che costituiscono l'interno della calzatura.	
Suola esterna	Si tratta della superficie inferiore della calzatura soggetta ad usura abrasiva e attaccata alla tomaia.	

I materiali ammessi per la loro composizione sono (DM 11/04/06):

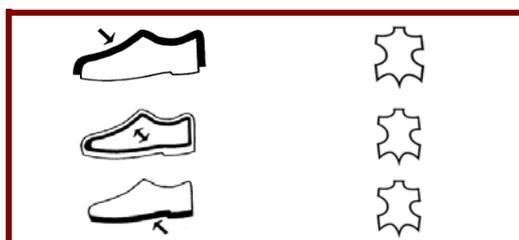
Materiale	Descrizione	Pittogramma identificativo a livello comunitario
Cuoio	Termine generale per designare la pelle o il pellame di un animale che ha conservato la sua struttura fibrosa originaria più o meno intatta, conciato in modo che non marcisca. I peli o la lana possono essere asportati o no. ¹⁴	

¹⁴ Come riportato nel DM 11/04/96, all'Allegato 1: "Il cuoio è anche ottenuto da pelli o pellame tagliati in strati o in segmenti, prima o dopo la conciatura. Se però la pelle o il pellame conciati sono disintegrati meccanicamente e/o ridotti chimicamente in particelle fibrose, pezzetti o polveri e, successivamente, con o senza l'aggiunta di un elemento legante, vengono trasformati in fogli o in altre forme, detti fogli o forme non possono essere denominati «cuoio». Se il cuoio ha uno strato di rivestimento, indipendentemente da come sia stato applicato, o uno strato accoppiato a colla, tali strati non devono essere superiori a 0,15 mm. In questa maniera, tutti i tipi di cuoio sono coperti, fatti salvi altri obblighi giuridici, ad esempio, la Convenzione di Washington. La dicitura "cuoio pieno fiore" si applica alla pelle con grana originaria, ovvero quando l'epidermide è stata ritirata e senza che nessuna pellicola di superficie sia stata eliminata mediante sfioratura, scarnatura o spaccatura.

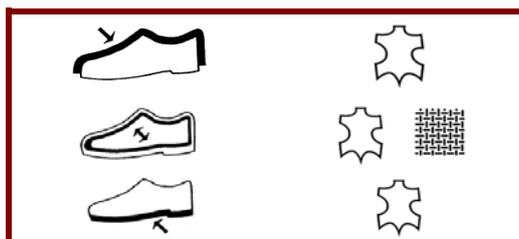
Cuoio rivestito	Un prodotto nel quale lo strato di rivestimento o l'accoppiatura a colla non superano un terzo dello spessore totale del prodotto, ma sono superiori a 0,15 mm.	
Materie tessili	Materie tessili naturali e materie tessili sintetiche o non tessute.	
Altre materie	Altri materiali non compresi delle fattispecie precedentemente indicate.	

Le informazioni relative alla composizione dei materiali devono essere riportate utilizzando esclusivamente i pittogrammi previsti dalla normativa; non sono ammesse modalità differenti.

Pertanto, l'etichetta di una calzatura realizzata interamente in cuoio sarà:



L'etichetta di una calzatura realizzata con tomaia in cuoio, rivestimento della tomaia e suola interna in cuoio e materiale tessile, e suola esterna in cuoio, sarà:



Nei prodotti di pelletteria realizzati in cuoio (es. cinte, borselli, portafogli, ecc.) si applicheranno esclusivamente in pittogrammi relativi al cuoio.

4.3 Indicazioni facoltative

Il produttore può integrare le indicazioni obbligatorie relative alla composizione con ulteriori informazioni che possono orientare il consumatore sulle caratteristiche di qualità dell'articolo acquistato.

E' bene ricordare che le informazioni facoltative non possono sostituire quelle obbligatorie, relative al responsabile commerciale ed alla composizione del prodotto, che devono essere sempre e comunque presenti in etichetta.

Infine, anche alle indicazioni facoltative si applicano i principi generali in materia di chiarezza, leggibilità e veridicità delle informazioni riportate che abbiamo precedentemente illustrato.

4.3.1 Origine

Il fabbricante di suole, come previsto dal DM 11/04/96, può specificare in etichetta l'origine italiana del prodotto apponendo la dicitura "suola prodotta in Italia" esclusivamente nella parte interna della suola stessa.

Per quanto riguarda l'indicazione dell'origine del prodotto complessivo, sia esso calzatura o articolo in pelle, si rimanda a quanto illustrato per i prodotti tessili e dell'abbigliamento al § 3.3.2.

4.3.2 Certificazioni di qualità del prodotto/processo

Rientrano in questa categoria i **marchi di certificazione** rilasciati da organismi riconosciuti (a livello nazionale o internazionale) per attestare che il prodotto ha rispettato determinati parametri di qualità e/o metodologie di processo più restrittive rispetto a quelle previsti dalla normativa cogente.

Riportiamo di seguito alcuni marchi di certificazione nel settore delle calzatura e della pelletteria:

Tipologia	Marchio	Caratteristiche certificate	Applicazione
Prodotto		Sono due marchi volontari, rilasciati dal Consorzio vero cuoio italiano. "Vero Cuoio" garantisce al consumatore che il materiale su cui è impresso è cuoio; "Vero Cuoio Italiano" garantisce il cuoio di qualità superiore, conciato con estratti di origine vegetale e prodotto in Italia unicamente dalle concerie aderenti al Consorzio Vero Cuoio.	Calzature Pelletteria
Prodotto	Oeko-Tex Standard 	E' un marchio internazionale, ideato e rilasciato dalla Associazione Internazionale Oeko-Tex, ed attesta che il prodotto e le sue materie prime non contengono prodotti chimici e/o sostanze che potrebbero essere nocive per la salute umana; la certificazione viene rilasciata dopo analisi di laboratorio condotte a fronte di parametri restrittivi individuati dall'Associazione stessa.	Pelletteria
Prodotto Processo	"Aderisce al Progetto Tessile e Salute"	L'Associazione Tessile e Salute di Biella rilascia l'autorizzazione a riportare questa indicazione in etichetta alle aziende che, sottoponendosi a specifici controlli, dimostrano di realizzare un prodotto che non contiene sostanze potenzialmente dannose per la salute dell'uomo.	Calzature Pelletteria
Prodotto Processo		Il Consorzio Vera Pelle italiana Conciata al vegetale ha istituito un marchio di certificazione per valorizzare i prodotti delle aziende che adottano processi di concia in grado di conferire elevata qualità al prodotto e che sono a basso impatto ambientale.	Pelletteria

5. Controlli e regime sanzionatorio

I controlli sull'**etichettatura e composizione** dei prodotti del comparto moda vengono svolti a livello nazionale e comunitario.

A livello nazionale l'attività di controllo fa capo al Ministero dello Sviluppo Economico (DG Mercato, concorrenza, consumatori, vigilanza e normativa tecnica) il quale, per le attività di vigilanza, si avvale principalmente delle Camere di Commercio, Guardia di Finanza, Agenzia delle Dogane (con particolare riferimento ai prodotti importati) e Forze di Polizia.

La vigilanza viene svolta presso i laboratori di produzione, i magazzini ed anche i punti vendita, e si esplica attraverso la verifica dei contenuti dell'etichetta e della composizione dichiarata avvalendosi, per quest'ultima attività, dei laboratori di analisi autorizzati dal Ministero stesso.

Le fattispecie sanzionatorie relative all'etichettatura dei prodotti tessili e dell'abbigliamento sono di seguito riepilogate (D. Lgs. 194/99):

Settore	Fattispecie	Sanzione pecuniaria
Tessile Abbigliamento	Etichetta non corrispondente alla reale composizione del prodotto.	Da € 1.032,00 a € 5.164,00. Ritiro del prodotto dal commercio
	Vendita di prodotti tessili senza etichetta oppure etichetta compilata in modo scorretto (non corretta indicazione delle fibre, ordine percentuale non decrescente, presenza di abbreviazioni, ecc.).	Da € 103,00 a € 3.098,00. Ritiro del prodotto dal commercio

Nel comparto calzaturiero non è previsto un vero e proprio regime sanzionatorio, ma esclusivamente il ritiro del prodotto dal mercato in caso di mancata applicazione o errata predisposizione dell'etichetta.

Tutte le sanzioni si applicano esclusivamente al responsabile commerciale (produttore e/o all'importatore) e, se dal caso, al venditore.

I consumatori possono segnalare direttamente alle Camere di Commercio del loro territorio o al Ministero dello Sviluppo economico la presenza in commercio di prodotti non correttamente etichettati.

A livello comunitario la **Commissione Europea** ha istituito il RAPEX – Rapid Alert System for non-food consumer products - un sistema di allarme rapido che facilita lo scambio di informazioni tra i Paesi Membri e la Commissione riguardanti le misure restrittive da intraprendere nel commercio di prodotti potenzialmente dannosi per la salute dei consumatori.

COME FUNZIONA IL SISTEMA RAPEX



Quando un prodotto (ad esempio un giocattolo, un cosmetico, un prodotto tessile o di abbigliamento, ecc.), viene considerato pericoloso, l'Autorità nazionale competente di ciascuno Stato Membro interviene per prendere misure appropriate per eliminare il rischio. L'Autorità nazionale competente (nel nostro caso il Ministero dello Sviluppo Economico) informa la Commissione europea (Direzione generale per la Salute e la tutela dei consumatori) sul prodotto e sui rischi che esso comporta per i consumatori, nonché le misure adottate nel Paese per evitare la sua commercializzazione. La Commissione europea, valutata la fondatezza delle informazioni, le diffonde attraverso RAPEX ai punti di contatto nazionali di tutti gli altri paesi dell'UE affinché prendano

provvedimenti analoghi. A tale scopo report settimanali su segnalazioni di prodotti pericolosi, e le relative misure adottate per eliminare i rischi, sono pubblicate anche su Internet (http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm). Acquisita l'informativa, le Autorità Nazionali degli altri Stati membri prendono misure per eliminare il rischio, richiedendo che il prodotto sia ritirato dal mercato

o segnalandolo ai consumatori mediante l'emissione di avvisi. Esiste poi il RAPEX "CINA", ovvero un sistema on-line per la trasmissione regolare e rapida dei dati tra l'UE e la Cina in materia di sicurezza dei prodotti. La DG Salute e Tutela dei Consumatori fornisce alle autorità cinesi le informazioni sui prodotti di consumo provenienti dalla Cina che sono stati identificati come pericolosi e, pertanto, vietati o ritirati dal mercato europeo da parte delle autorità degli Stati membri, in modo da facilitare l'applicazione e la conoscenza dei produttori cinesi degli standard di sicurezza comunitari.

Nel corso del 2009 l'Italia ha segnalato alla Commissione Europea, attraverso il sistema RAPEX, alcuni prodotti del comparto moda che presentavano potenziali rischi per i consumatori. Tra questi, ad esempio, un lotto di calzature provenienti dalla Cina che contenevano un elevato livello di dimethylfumarate (DMF): la sostanza è fortemente irritante se viene a contatto con la pelle e per questo, con una Decisione della Commissione del 2009 (numero 215), è stata bandita dai prodotti destinati ad essere utilizzati dai consumatori dell'Unione. Il prodotto è stato ritirato dal mercato italiano ed i riferimenti al numero di partita sono stati comunicati a tutti gli altri Paesi Membri, attraverso il sistema Rapex, al fine di procedere alle eventuali azioni di ritiro (di seguito le immagini del prodotto ritirato).



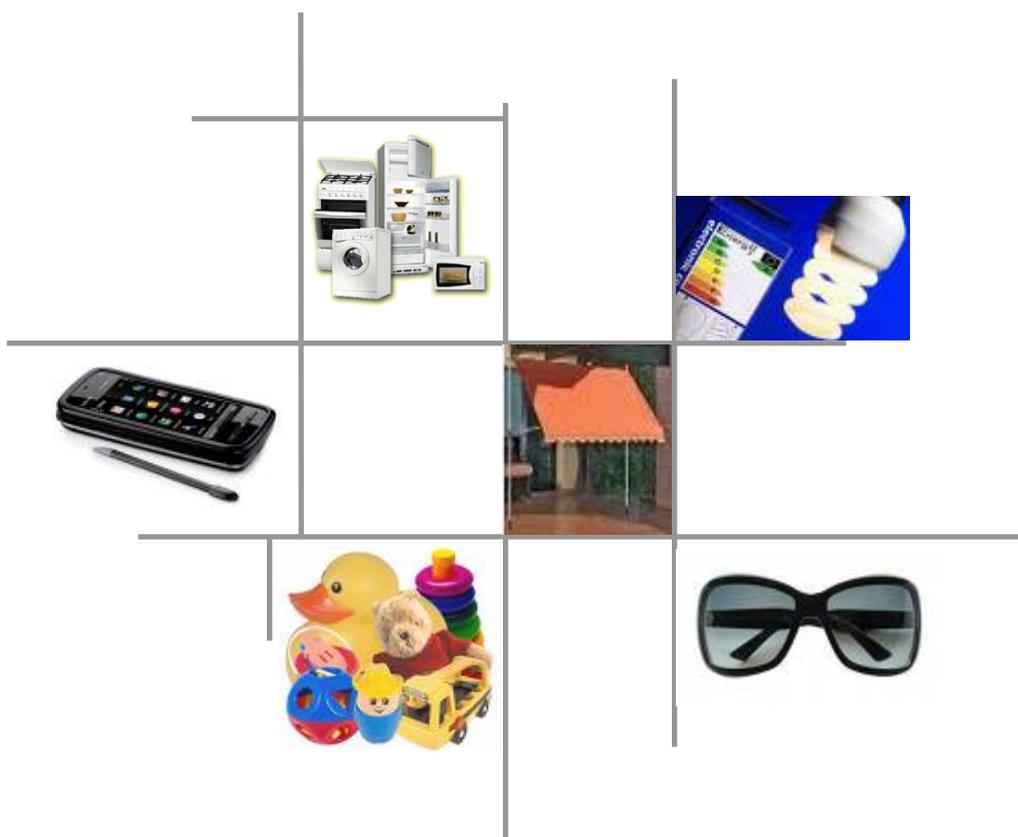
Per quanto riguarda, invece, pratiche commerciali scorrette relative alla **pubblicità** dei prodotti del comparto moda, l'Autorità di Riferimento è l'Autorità Garante per la Concorrenza sul Mercato (AGCM).

L'Autorità Garante per la Concorrenza sul Mercato, meglio nota come Antitrust, è un'istituzione pubblica indipendente dal Governo, istituita nel 1990, che agisce per la tutela della concorrenza tra imprese e tra imprese e consumatori. Tra le competenze dell'Antitrust vi è anche la lotta alla pubblicità ingannevole a danno del consumatore; in questo campo l'Antitrust interviene attraverso la conduzione di ispezioni, realizzate in collaborazione con la Guardia di Finanza, o anche attraverso segnalazioni esterne inoltrate da cittadini. In caso di accertamento della violazione l'Antitrust interviene anche commisurando sanzioni pecuniarie (l'elenco delle decisioni adottate dall'Antitrust in materia di pratiche commerciali e pubblicità ingannevole nel comparto moda è consultabile al sito internet <http://www.agcm.it/>).

Dal novembre 2007 è possibile contattare il numero verde dell'Antitrust (**800166661**) per segnalare comportamenti scorretti di aziende o negozi. A queste segnalazioni, laddove si riscontrassero profili effettivamente rilevanti ai sensi della normativa vigente, faranno seguito specifici approfondimenti istruttori da parte degli uffici del Garante. Il servizio rientra nelle iniziative adottate dall'Antitrust a seguito dell'entrata in vigore dei due decreti legislativi che ne hanno ampliato competenze e poteri in materia di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette (tra le principali novità, la possibilità di aprire un'istruttoria d'ufficio, il rafforzamento dei poteri ispettivi anche con l'ausilio della Guardia di Finanza e l'aumento delle sanzioni, il cui tetto massimo è passato da 100.000 a 500.000 euro).

ETICETTATURA DEGLI ELETTRODOMESTICI

e cenni ad altri prodotti soggetti a marcatura di sicurezza



1. Introduzione

L'Unione Europea è da tempo impegnata, attraverso la pubblicazione di Direttive e Regolamenti, nella definizione di regole sulla **sicurezza dei prodotti**. Attraverso un corposo e dettagliato apparato normativo, sono state definite le disposizioni comuni a tutti gli Stati Membri per svolgere la valutazione di sicurezza dei prodotti prima della loro immissione in commercio, con l'obiettivo di garantire gli interessi pubblici e tutelare la salute degli utilizzatori finali.

Sono soggetti all'obbligo della valutazione preventiva di sicurezza (o *valutazione di conformità*) un lungo elenco di prodotti che, per la loro natura o funzione, devono garantire affidabilità nell'utilizzazione; tra questi alcuni sono prodotti di 'largo consumo' (**giocattoli, elettrodomestici, occhiali da sole, tende da sole, cellulari**) altri sono dispositivi tecnici, elettronici e strumentazioni di vario tipo (es. apparecchi gas, recipienti semplici a pressione, dispositivi medici, apparecchiature radio e terminali di comunicazione, attrezzature a pressione, attrezzature a pressione trasportabili, prodotti da costruzione, strumenti per pesare, caldaie ad acqua, esplosivi per uso civile, apparecchi e sistemi di protezione utilizzati in atmosfera esplosiva, imbarcazioni da diporto, ascensori, impianti a fune adibiti al trasporto di persone, strumenti di misura, ecc.).

Nel presente capitolo approfondiremo i principali requisiti relativi alla "etichettatura di sicurezza" dei prodotti elettrodomestici ai quali, peraltro, si applicano anche le regole comunitarie sulle performance energetiche: attraverso l'obbligo di apposizione della c.d. **etichetta energetica**, l'Unione Europea ha inteso favorire i consumatori nella scelta e individuazione degli elettrodomestici che possono garantire maggiore efficienza energetica e costi d'esercizio contenuti. L'etichetta energetica si è rivelata uno strumento molto utile ed apprezzato dai consumatori, tanto che è stata presentata una proposta di legge della Commissione europea per estendere la sua applicazione anche ai macchinari industriali, commerciali e ad ogni oggetto che si alimenta ad elettricità.

2. Principi generali nel commercio degli elettrodomestici

Prima di entrare nel merito delle modalità di etichettatura degli elettrodomestici, è importante richiamare alcuni principi ed obblighi generali relativi al loro commercio, ovvero:

- **correttezza delle operazioni commerciali;**
- **chiarezza delle informazioni.**

Tali obblighi sono interamente a carico del produttore (o responsabile commerciale) e rappresentano dei *pre-requisiti* cogenti, ovvero condizioni preliminari e indispensabili per potere accedere al mercato e commercializzare correttamente verso il consumatore.

2.1 Correttezza delle operazioni commerciali

Qualsiasi bene, prodotto o servizio destinato al consumatore può essere commercializzato solo se conforme alle disposizioni contenute nel **Codice del Consumo** (D. Lgs. 206 del 6 settembre 2005), ovvero il testo normativo fondamentale, che nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale, definisce le regole comuni dei processi di acquisto e di consumo, nell'ottica di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori.

Il Codice del Consumo, ispirandosi al principio generale di **diligenza professionale** afferma che sono pratiche commerciali scorrette, e quindi vietate, tutte quelle azioni volte ad alterare o falsare in misura apprezzabile le scelte dei consumatori in relazione ad un determinato prodotto. In particolare è considerato scorretto commercializzare un prodotto che:

- contiene informazioni non corrispondenti al vero che alludono, ad esempio, all'esistenza di particolari caratteristiche del prodotto che in realtà esso non possiede;
- omette o riporta in modo occulto e poco trasparente informazioni rilevanti per il consumatore;
- esibisce marchi di fiducia o di qualità senza avere ottenuto la necessaria autorizzazione.

Queste ed altre fattispecie rientrano nella generale definizione di **pratiche commerciali ingannevoli** e quindi sono vietate poiché lesive della concorrenza oltre che della tutela del consumatore.

2.2 Chiarezza delle informazioni

Le informazioni riportate sull'etichetta degli elettrodomestici devono figurare in *lingua italiana*, e devono essere redatte in modo chiaro, facilmente leggibile e tali da non indurre in inganno il consumatore. Ciò vuol dire, ad esempio, che non è corretto utilizzare codici e cifre che non siano facilmente identificabili (es. sostituire i riferimenti del responsabile commerciale con il numero di iscrizione al REA del Registro Imprese della CCIAA).

3. Sicurezza e marcatura CE

Gli elettrodomestici, come gli altri prodotti elettrici citati in precedenza, devono essere conformi ai requisiti di sicurezza stabiliti **Direttiva 2006/95/CE** che è stata recepita in Italia nella **Legge 791 del 1977**.

Solo i prodotti che hanno superato la valutazione di conformità possono circolare liberamente sul territorio comunitario perché considerati, nelle ragionevoli condizioni di utilizzo, affidabili e non pericolosi. La valutazione è a cura del fabbricante oppure del mandatario stabilito nella Comunità, se il prodotto è stato fabbricato fuori del territorio comunitario.

La conformità dell'elettrodomestico ai requisiti di sicurezza viene attestata attraverso la **marcatura "CE"**, rappresentata dal simbolo grafico in figura 1.

Figura 1 – Simbolo grafico della marcatura CE



Il marchio CE deve essere apposto dal fabbricante (o mandatario) in maniera indelebile e ben visibile sul prodotto stesso. Nei casi in cui la valutazione preventiva di sicurezza richieda l'intervento di un ente terzo (o ente notificato), al simbolo CE dovrà fare seguito il numero d'identificazione di tale organismo ed, eventualmente, il suo logo.

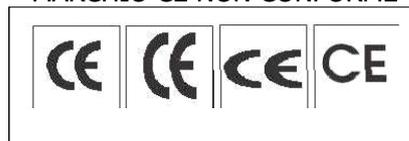
IL SIMBOLO DELLA MARCATURA CE

La marcatura CE è un simbolo grafico ben preciso, che deve essere apposto direttamente sul prodotto (o, se non è possibile, sull'imballaggio, sulle avvertenze d'uso o sul certificato di garanzia) in maniera chiara, leggibile e soprattutto indelebile. In questo modo il fabbricante dichiara, sotto la propria responsabilità, che il prodotto marcato possiede i requisiti di sicurezza previsti per circolare sul territorio dell'Unione Europea. Le due iniziali, C ed E, devono avere la stessa dimensione verticale, che non può essere inferiore a 5 mm; in caso di riduzioni o ingrandimenti, devono essere rispettate le proporzioni indicate nel simbolo grafico graduato. Un metodo per verificare la marcatura CE è quello di girare la confezione del prodotto e controllare se, unendo virtualmente le lettere, si forma un 8. Non esistono indicazioni sul colore.

MARCHIO CE CONFORME



MARCHIO CE NON CONFORME



L'autore del simbolo rappresentante la marcatura CE è Arthur Eisenmenger, capo disegnatore grafico per l'Unione Europea, ideatore anche della bandiera europea e del simbolo dell'Euro.

Gli elettrodomestici importati da Paesi Terzi devono rispettare gli stessi obblighi dei prodotti europei e quindi, per poter circolare sul territorio comunitario, devono essere conformi alle disposizioni di sicurezza previste dalle Direttive ad essi applicabili.

SICUREZZA DEI GIOCATTOLI

L'Istituto Italiano Sicurezza dei Giocattoli opera nell'ambito della certificazione volontaria dei giocattoli e dei prodotti destinati all'infanzia. La certificazione rilasciata dall'Istituto è volontaria e l'azienda sceglie di aderirvi per fornire, al consumatore, una garanzia in più sulla sicurezza dei prodotti commercializzati a marchio proprio. Le prove che l'Istituto svolge sono numerose: prove fisico - meccaniche (ad es. assenza di bordi taglienti o punte affilate, assenza di parti che si staccano facilmente), prove chimiche (ad es. presenza di metalli pesanti nelle vernici utilizzate per colorare i giocattoli), prove elettriche (ad es. prevenire il surriscaldamento di parti del giocattolo che sono a contatto con il corpo del bambino), prove di infiammabilità (ad es. la reazione al fuoco e la velocità di propagazione della fiamma), prove ecotossicologiche (ad es. test di irritazione dermale e test di irritazione oculare). Le aziende i cui prodotti hanno superato positivamente le prove e le analisi possono utilizzare il marchio dell'Istituto "Giocattoli Sicuri" (per i giocattoli) e "Sicurezza Controllata" (per i prodotti di puericultura, le attrezzature parchi gioco, i mobili e l'abbigliamento per bambini): il marchio, di proprietà dell'Istituto, non sostituisce la marcatura CE, che deve comunque figurare in etichetta, ma rappresenta una garanzia in più, per il consumatore, sulla sicurezza del giocattolo e del prodotto per bambini che è stato acquistato.



4. Etichettatura energetica

Oltre alla marcatura CE, al settore degli elettrodomestici si applicano anche le regole sull'etichettatura energetica, stabilite nella **Direttiva 92/75/CEE** del Consiglio del 22 settembre 1992 e recepita nel nostro ordinamento con il **DPR del 9 marzo 1998, n. 107** e dal **DPR n. 783 del 12 agosto 1982**.

Gli elettrodomestici che devono essere posti in commercio corredati dall'etichettatura energetica sono:

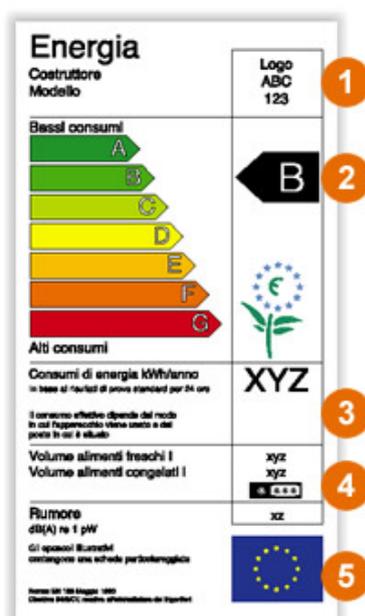
- frigoriferi, congelatori e loro combinazioni;
- lavatrici, essiccatori e loro combinazioni;
- lavastoviglie;
- forni;
- scaldia acqua e serbatoi di acqua calda;
- fonti di illuminazione (lampade per uso domestico);
- condizionatori d'aria.

EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA COMUNITARIA IN MATERIA DI CONSUMI ENERGETICI

L'Unione Europea ha affrontato concretamente la questione dei consumi a partire dal 1992, con la pubblicazione della Direttiva 92/75/CEE che stabiliva la necessità di applicare un'etichetta energetica ai principali elettrodomestici. La legislazione europea è stata poi recepita in ciascuno dei paesi dell'Unione Europea. Così in Italia, progressivamente, a partire da marzo 1998 è stato introdotto l'obbligo dell'etichettatura energetica per frigoriferi e congelatori, a maggio 1999 per le lavatrici, a giugno 2000 per le lavastoviglie, a luglio 2002 per le lampade ad uso domestico e a luglio 2003 per i forni elettrici e i condizionatori.

L'etichetta energetica deve essere posta dal negoziante ed essere ben visibile al consumatore, davanti o sopra l'apparecchio. E' composta da cinque settori, come riportato in figura 2.

Figura 2 – Etichettatura energetica (nello specifico quella di un frigorifero)



Settore 1: riporta il marchio del costruttore e il nome del modello.

Settore 2: riporta le classi di efficienza energetica attraverso la rappresentazione grafica di sette frecce di lunghezza crescente identificate con lettere che vanno dalla A (efficienza massima) alla G (efficienza minima), ognuna di colore diverso; ad ogni freccia è legata una classe di consumi, direttamente proporzionale alla lunghezza delle frecce; pertanto, a parità di prestazioni, gli elettrodomestici con consumi più bassi hanno la freccia più corta mentre quelli con i consumi più alti hanno la freccia più lunga.¹⁵ In questo settore può anche figurare il simbolo comunitario dell'Ecolabel (una margherita con le stelle come petali e la lettera "E" di Europa al centro), assegnato dall'Unione Europea per attestare che il prodotto è stato fabbricato con tecnologie ecologicamente sostenibili.

Le classi di consumo variano a seconda del tipo di elettrodomestico:

Consumi per classe (kWh) Elettrodomestico	A	B	C	D	E	F	G
Frigoriferi ¹⁶	300	300-400	400-560	563 - 625	625 - 688	688 - 781	> 781
Lavatrici, asciugabiancheria, lavasciuga	< 247	247 - 299	299 - 351	351 - 403	403 - 455	455 - 507	> 507
Lavastoviglie	< 232	232 - 276	276 - 319	319 - 363	363 - 407	407 - 450	> 450
Forni di piccolo volume (12-35 litri)	< 60	60 - 80	80 - 100	100 - 120	120 - 140	140 - 160	> 160
Forni di volume medio (35-60 litri)	< 80	80 - 100	100 - 120	120 - 140	140 - 160	160 - 180	> 180
Forni di grande volume (oltre 60 litri)	< 100	100 - 120	120 - 140	140 - 160	160 - 180	180 - 200	> 200
Condizionatori ¹⁷	< 891	891 - 950	950 - 1018	1018 - 1096	1096 - 1188	1188 - 1295	> 1295

Settore 3: riporta il consumo di energia espresso in kilowattora (kWh) misurato sulle prove standard effettuate in laboratorio sull'elettrodomestico nell'arco di 24 ore; alcune specificità sono previste per determinate tipologie di elettrodomestici:

- nelle lavatrici il consumo che viene indicato è una misura di laboratorio calcolata sul ciclo normale del cotone a 60°C;
- nelle lavasciuga il settore 3 distingue tra consumo di energia per un ciclo completo di operazioni e consumo di energia per solo lavaggio e centrifugazione;
- nei forni elettrici è indicato il consumo relativo alle funzioni di riscaldamento, convezione naturale (statici, meno efficienti) e/o forzata (ventilati, più efficienti);
- nei condizionatori è indicato il consumo riferito ad un utilizzo medio di 500 ore/anno.

Settore 4: riporta le principali caratteristiche tecniche con riferimento a quelle che possono incidere sui consumi energetici; le informazioni variano a seconda del prodotto acquistato, come riassunto nella tabella seguente:

¹⁵ La similitudine semaforica non è casuale: la freccia rossa vuole evocare, nel consumatore, uno "stop" all'acquisto mentre, quella verde, un "via libera".

¹⁶ Dal luglio 2004 è stata introdotta una maggior specificazione all'interno della classe A, introducendo le classi A++ (188 kWh), e A+ (188 – 263 kWh).

¹⁷ E' presente anche la classe AA (734 – 890 kWh).

Elettrodomestico	Informazioni
Frigoriferi	Sono riportati dati sulla capacità dell'apparecchio, in litri, e le caratteristiche dello scomparto a bassa temperatura secondo il codice a stelle e il relativo tempo massimo di conservazione: * = -6°/1 settimana; ** = -12°/1 mese; *** = -18°/un anno; *** * = - 18°/1 anno, e la possibilità di congelare cibi freschi.
Lavatrici	E' riportata la classe di efficacia del lavaggio e della centrifugazione con lettere che vanno da A (efficienza maggiore, più pulito) a G (efficienza minore, meno pulito); indica poi la capacità di carico della lavatrice (in Kg) e il consumo d'acqua per ciclo di lavaggio (in litri).
Lavastoviglie	E' riportata la classe di efficacia del lavaggio e dell'asciugatura con lettere che vanno da A a G; sono indicati, anche, il numero di coperti massimo e il consumo d'acqua per ciclo di lavaggio.
Forni elettrici	E' riportato il volume del compartimento del forno, espresso in litri, e le dimensioni del forno così classificate: piccolo (capacità tra 12 e 35 litri), medio (capacità tra 35 e 65 litri), grande (oltre 65 litri).
Condizionatori	Indica il tipo di apparecchio e il tipo di raffreddamento.
Asciugabiancheria	Non presente.
Lampade per uso domestico	Non presente.
Scalda acqua	Non presente.

Settore 5: indica la rumorosità dell'apparecchio durante le fasi di lavorazione misurata ed espressa in decibel (dB).

CARATTERISTICHE DELL'ETICHETTA ENERGETICA

Come stabilito dal DPR n. 783 del 12 agosto 1982, l'etichetta energetica degli elettrodomestici deve possedere le seguenti caratteristiche:

- dimensioni esterne di 90 x 100 mm; gli angoli sono arrotondati con un raggio di 6 mm; è ammessa una tolleranza del 20%;
- ogni spazio è separato da quello successivo da una linea orizzontale;
- deve essere redatta in lingua italiana;
- le etichette devono essere facilmente distaccabili dal loro supporto ed essere spalmate sul retro con un prodotto adesivo che consenta di incollarle sull'apparecchio e di staccarle facilmente dopo l'acquisto senza lasciare tracce che non possano essere eliminate con normali prodotti domestici, oppure devono aderire fortemente all'apparecchio per effetto elettrostatico.

Oltre all'etichetta energetica il produttore, o il distributore dell'elettrodomestico, ha l'obbligo di predisporre una **scheda tecnica** nella quale viene fornita una descrizione generale dell'apparecchio e le istruzioni per il suo uso. La responsabilità, per colpa o dolo, dell'inesattezza delle informazioni dichiarate contenute nell'etichetta e nella scheda informativa è attribuita al produttore o, nel caso in cui il prodotto sia stato fabbricato al di fuori del territorio comunitario, all'importatore. Il distributore ha invece l'obbligo di verificare la presenza della scheda tecnica e dell'etichetta energetica e su tutti gli apparecchi posti in vendita, nonché di controllare che quest'ultima sia redatta in lingua italiana ed applicata in una posizione chiaramente visibile.

5. Controlli e regime sanzionatorio

In ambito nazionale, il **Ministero dello Sviluppo Economico** è l'autorità competente per la vigilanza e il controllo della marcatura CE e della corretta etichettatura energetica degli elettrodomestici. Per le attività di vigilanza il Ministero si avvale delle Camere di Commercio di altre amministrazioni dello Stato nonché di laboratori per accertare la conformità del prodotto. In particolare le Camere di commercio:

- informano gli operatori sugli obblighi normativi;
- orientano il consumatore verso l'acquisto di prodotti sicuri;
- effettuano verifiche ispettive presso gli operatori economici e controlli sui prodotti;
- sanzionano i comportamenti non conformi alle normative sulla sicurezza dei prodotti.

In caso di assenza, o apposizione non conforme, della marcatura CE, la sanzione a carico dei produttori (importatori e/o commercianti) viene irrogata dalle Camere di Commercio mentre eventuali provvedimenti (es. ritiro o richiamo dal mercato) vengono stabiliti dal Ministero stesso.

In ambito comunitario, la **Commissione Europea** ha istituito il sistema RAPEX – Rapid Alert System for non-food consumer products - un sistema di allarme rapido che facilita lo scambio di informazioni tra i Paesi Membri e la Commissione riguardanti le misure restrittive da intraprese nel commercio di prodotti potenzialmente dannosi per la salute dei consumatori.



COME FUNZIONA IL SISTEMA RAPEX

Quando un prodotto (ad esempio un giocattolo, un cosmetico, un elettrodomestico, ecc.), viene considerato pericoloso, l'Autorità nazionale competente di ciascuno Stato Membro interviene per prendere misure appropriate per eliminare il rischio. L'Autorità nazionale competente (nel nostro caso il Ministero Sviluppo Economico) informa la

Commissione europea (Direzione generale per la Salute e la tutela dei consumatori), sul prodotto e su i rischi che esso comporta per i consumatori, nonché le misure adottate nel Paese per evitare la sua commercializzazione. La Commissione europea, valutata la fondatezza delle informazioni, le diffonde attraverso RAPEX ai punti di contatto nazionali di tutti gli altri paesi dell'UE affinché prendano provvedimenti analoghi. A tale scopo report settimanali su segnalazioni di prodotti pericolosi, e le relative misure adottate per eliminare i rischi, sono pubblicate anche su Internet (http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm). Acquisita l'informativa, le Autorità Nazionali degli altri Stati membri prendono misure per eliminare il rischio, sia richiedendo che il prodotto sia ritirato dal mercato, sia segnalando ai consumatori mediante l'emissione di avvisi.

Esiste poi il RAPEX "CINA", ovvero un sistema on-line per la trasmissione regolare e rapida dei dati tra l'UE e la Cina in materia di sicurezza dei prodotti. La DG SANCO fornisce alle autorità cinesi le informazioni sui prodotti di consumo provenienti dalla Cina che sono stati identificati come pericolosi, e pertanto vietati o ritirati dal mercato europeo da parte delle autorità degli Stati membri, in modo di facilitare l'applicazione e la conoscenza da parte dei produttori cinesi degli standard di sicurezza comunitari.

Per quanto riguarda, invece, le pratiche commerciali scorrette relative alla **pubblicità** dei prodotti elettrodomestici, interviene l'Autorità Garante per la Concorrenza sul Mercato (AGCM), meglio nota come Antitrust. L'AGCM è intervenuta sanzionando casi di **scorretta marcatura CE** o **pubblicità ingannevole** di elettrodomestici; nel primo caso, ad esempio, l'Antitrust ha più volte segnalato la presenza di marcature CE non conformi su prodotti di provenienza extra-comunitaria che, ingannando i consumatori, causano concorrenza sleale nei confronti delle imprese. Nel secondo

caso, invece, l'Antitrust è intervenuta soprattutto presso la distribuzione: ad esempio, in alcuni casi sono stati erroneamente pubblicizzati incentivi economici (es. sconti e/o sgravi fiscali previsti per legge) per l'acquisto di elettrodomestici a basso consumo energetico sebbene il prodotto reclamizzato non rientrasse nel campo di applicazione delle agevolazioni economiche richiamate dalla citata normativa (l'elenco delle decisioni adottate dall'Antitrust in materia di pratiche commerciali e pubblicità ingannevole nel settore degli elettrodomestici è consultabile al sito internet <http://www.agcm.it/>).

Dal novembre 2007 è possibile contattare il numero verde dell'Antitrust (**800166661**) per segnalare comportamenti scorretti di aziende o negozi. A queste segnalazioni, laddove si riscontrassero profili effettivamente rilevanti ai sensi della normativa vigente, faranno seguito specifici approfondimenti istruttori da parte degli uffici del Garante. Il servizio rientra nelle iniziative adottate dall'Antitrust a seguito dell'entrata in vigore dei due decreti legislativi che ne hanno ampliato competenze e poteri in materia di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette (tra le principali novità, la possibilità di aprire un'istruttoria d'ufficio, il rafforzamento dei poteri ispettivi anche con l'ausilio della Guardia di Finanza e l'aumento delle sanzioni, il cui tetto massimo è passato da 100.000 a 500.000 euro).