



UNC
CONSUMATORI.IT

Abbigliamento e scarpe, scatta l'obbligo delle nuove etichette

05 Febbraio 2019



Capi di abbigliamento e calzature dovranno riportare obbligatoriamente indicazioni precise sulla **provenienza** e sulla **composizione** dei prodotti, pena una **multa** che può andare da un minimo di 3.000 euro a un massimo di 20.000 euro. A stabilirlo è una legge del gennaio del 2018, per la cui entrata in vigore i consumatori hanno però dovuto attendere un anno. Ecco quali sono gli **obblighi** previsti per **negozianti, produttori e importatori**.

Cosa prevede la legge?

La legge prevede che capi di abbigliamento, accessori e calzature dovranno riportare indicazioni precise, scritte in italiano e per esteso su dove è stato **realizzato un prodotto** (con nome e indirizzo del produttore) e sulle **materie prime** con cui è stato realizzato. Di queste materie prime, in particolare, dovrà essere fornita la percentuale di utilizzo, ma non solo. Nel caso delle scarpe, infatti, nell'**etichetta** dovrà anche comparire una **iconcina** con le informazioni che riguardano le composizioni di **tomaia, rivestimento, suola interna e suola esterna**. Inoltre ogni negozio, sia che si tratti dell'attività di un

piccolo commerciante che di un punto vendita di una catena della grande distribuzione, dovrà esporre una **guida** presentata in modo chiaro che **spieghi ai clienti** come leggere le etichette applicate sui prodotti in vetrina.

Perché è servito un anno per far entrare in vigore i nuovi obblighi?

La legge che introduce l'obbligo delle etichette sui capi di abbigliamento e sulle calzature esiste, come detto, già da un anno, da quando - a inizio gennaio 2018 - Ministero dello Sviluppo Economico ha emanato un decreto recependo una **normativa europea** in materia varata nel 2017. Da allora è stato però necessario risolvere una serie di problemi per adottare un sistema in grado di **chiarire le responsabilità** tra negozianti, produttori e importatori, attivare i controlli e definire le **sanzioni da applicare**.

Quali sanzioni sono previste?

I **controlli** vengono effettuati dalle autorità di vigilanza sulle etichette, vale a dire le **Camere di Commercio**, le **Autorità delle Dogane** e dei **Monopoli**. Sono dunque i funzionari di queste tre autorità a effettuare le **ispezioni nei negozi**. Nel caso in cui vengono riscontrate delle irregolarità sulle indicazioni apposte sui prodotti, le contestazioni vengono recapitate non ai negozianti - come era stato deciso inizialmente - ma direttamente ai **produttori** e agli **importatori**. Le multe vanno da un **minimo di 3.000 euro** a un **massimo di 20.000 euro**.

L'obbligo delle etichette vale anche per l'e-commerce?

Non sono esenti dai controlli e da possibili multe anche il mondo dell'e-commerce. Anche i portali di **vendita su internet** dovranno riportare in modo dettagliato le informazioni sulla provenienza e sulla composizione dei prodotti che vendono. Come spiegato nel regolamento europeo recepito dall'Italia (Regolamento Ue 1.007/2011), le indicazioni dovranno essere inserite nei **cataloghi**, nei **prospetti**, sugli **imballaggi**, sulle **etichette** e sui **contrassegni**. Le informazioni dovranno essere **facilmente visibili**, leggibili e chiare ed essere riportate con caratteri uniformi per quanto riguarda le dimensioni e lo stile.

Quali sono i vantaggi per i consumatori?

Con l'entrata in vigore di questa legge i consumatori potranno fare una comparazione più approfondita tra i prodotti, non avendo più come unico parametro di giudizio esclusivamente quello del prezzo ma anche quelli della provenienza e della composizione. A beneficiarne saranno soprattutto i **prodotti di qualità** e, nella fattispecie, quelli **Made in Italy**, considerato che da ora in avanti sarà chiaro se un capo di abbigliamento o una calzatura sono stati realizzati in Italia o se sono stati importati dall'estero. Altro aspetto da considerare riguardo infine il fatto che questa legge responsabilizza non solo produttori e importatori ma anche i negozianti. Stando alle ultime stime di **FederModa**, ad oggi solo il **33%** delle imprese della distribuzione di abbigliamento e calzature in Italia hanno un **sito internet**, e di queste solo il **12%** lo usa per proporre e **finalizzare acquisti** e non solo come vetrina. La nuova normativa impone adesso a queste realtà un aggiornamento sul web, in modo che le etichette dei prodotti che vendono siano facilmente visibili. Una **maggiore trasparenza** nei confronti dei consumatori dipenderà molto anche da come questi nuovi obblighi verranno osservati e fatti rispettare su internet.

Autore: Rocco Bellantone

Data: 5 febbraio 2019