



## ETICHETTATURA DI COMPOSIZIONE

1) **Riferimento normativo** - L'etichettatura e presentazione dei prodotti tessili è attualmente disciplinata dalla direttiva della Comunità Europea 96/74/CE, recepita in Italia dal Decreto Legislativo n.194/99

2)

a) **Cosa deve essere etichettato** - Devono essere etichettati tutti i prodotti tessili. Per prodotti tessili si intendono tutti i prodotti che - allo stato grezzo, di semilavorati, di lavorati, semimanufatti, manufatti semi-confezionati o confezionati - sono composti esclusivamente da fibre tessili (es. lana, cotone, lino...).

b) **Cosa non deve essere etichettato** - Non esiste obbligo di etichettatura di composizione fibrosa, solo per alcune categorie di prodotti (prodotti elencati nell'Allegato 3 del D.Lgs. n. 194/99) es. copriteire, fiori artificiali, feltri, ecc.

c) **Prodotti per cui è obbligatoria soltanto un'etichetta o stampigliatura globale**: es. canovacci, cravatte, stranghe, fazzoletti, ecc.

d) **Casi particolari**:

d1) per i prodotti tessili venduti a metraggio l'etichetta di composizione può figurare sulla pezza o sul rotolo presentato alla vendita.

d2) due o più prodotti tessili, che costituiscono comunemente un insieme inseparabile e che hanno la stessa composizione fibrosa, possono essere muniti di una sola etichetta Es.: pigiami

3) **Quali fibre** - Sono riconosciute attualmente 45 denominazioni, elencate nella Direttiva Europea 96/74/CE e sue successive modifiche, fino ad arrivare agli ultimi emendamenti del 2006.

4) **Soggetti sottoposti alla normativa**: tutti coloro che producono e commercializzano prodotti tessili dalle materie prime al prodotto finito quali il produttore, l'importatore di articoli tessili di produzione estera destinati ad essere posti in commercio sul territorio italiano, il commerciante sia all'ingrosso che al dettaglio, organizzazioni o negozi singoli che vendono al consumatore finale.

5) **Le modalità** con cui riportare i dati obbligatori relativi alla composizione fibrosa del prodotto tessile possono essere diverse. L'etichetta può essere realizzata in cartone, tessuto o altro materiale e deve essere applicata al prodotto tessile mediante cucitura o graffiatura o adesivi o allacciatura con cordoncino fissato da apposito sigillo o cappio o inserimento dell'etichetta stessa nell'involucro che lo contiene o in altri modi idonei.

Il contrassegno è applicato direttamente al prodotto tessile o sull'involucro contenente il prodotto tessile, mediante stampa, stampigliatura, ovvero tessitura in cimoso o altrove.

6) Nelle **etichette** deve essere obbligatoriamente riportata la composizione del capo utilizzando le denominazioni delle fibre elencate nell'Allegato 1 del D.Lgs. n. 194/99, in lingua italiana e con caratteri tipografici facilmente leggibili e chiaramente visibili.

7) **Documenti** - I dati relativi alla composizione in fibre tessili vanno chiaramente indicati nei documenti commerciali (fatture e documenti di trasporto).

Non è ammesso l'uso di abbreviazioni sui contratti e nelle fatture; è invece consentito il ricorso ad un codice meccanografico, a condizione che nello stesso documento figurino anche il significato delle abbreviazioni.

8) **Marchio** - Il codice del consumo (art.104 del D.Lgs. n. 206/2005) prescrive espressamente che siano riportati: l'indicazione, in base al prodotto o al suo imballaggio, dell'identità e degli estremi del produttore, il riferimento al tipo di prodotto o, eventualmente, alla partita di prodotti di cui fa parte, salva l'omissione di tale indicazione nei casi in cui sia giustificata.

9) **Controlli** - Autorità di vigilanza è il Ministero dello Sviluppo Economico per il tramite delle Camere di Commercio. Svolgono attività di vigilanza anche Polizia Municipale, Guardia di Finanza ecc.

Gli organi di vigilanza possono procedere a ispezioni negli stabilimenti, magazzini, depositi, laboratori, esercizi e punti di vendita nei quali si esercita l'attività imprenditoriale o commerciale.

Nell'esercizio dell'attività di vigilanza e di prelievo campioni i funzionari della Camera di Commercio possono richiedere l'assistenza degli ufficiali e agenti di polizia giudiziaria. Il controllo può interessare operatori diversi: fabbricante, importatore, distributore, grossista, dettagliante, ecc.

10) **Sanzioni** - da 258,00 Euro (minimo per la mancata conservazione dei documenti commerciali) al massimo di 40.000,00 Euro (per chiunque non assicura la dovuta collaborazione ai fini dello svolgimento delle ispezioni).



### ETICHETTATURA DI MANUTENZIONE

---

In Italia l'etichetta di manutenzione non è disciplinata da alcuna normativa. In ogni caso quando essa viene applicata deve essere corretta e rispondere a verità e, secondo quanto previsto dalla circolare del Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato del 7 febbraio 2001 n. 1251027, può essere realizzata in conformità alle disposizioni della norma internazionale Tecnica Europea EN 23758/93 attualmente UNI EN ISO 3758:2005, norma volontaria che stabilisce un sistema di segni grafici destinati all'etichettatura permanente dei prodotti tessili, con applicazione dei **segni grafici Ginetex**.

Da tener presente che ai sensi dell'art. 8 punto 3 D.Lgs. n. 194/99 *le indicazioni e le informazioni non previste dal medesimo decreto legislativo debbono essere nettamente separate dalla composizione fibre del tessuto*. Tale disposizione non si applica ai marchi di fabbrica o ragioni sociali che possono accompagnare immediatamente le indicazioni previste dal decreto legislativo. La norma tecnica prevede l'utilizzo di simboli grafici, internazionalmente unificati.

### IL CARTELLINO DEI PREZZI

---

Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 - Art. 14 - *Pubblicità dei prezzi*

1. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, debbono indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo.
2. Quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore e' sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.
3. I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trovi già impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, in modo che risulti facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dall'applicazione del comma 2.

### LE "VETRINE IN ALLESTIMENTO"

---

Esporre il cartello "Vetrina in allestimento" consente di non esporre i prezzi in vetrina ma solo durante l'effettivo svolgimento di tale attività e nei limiti di tempo a tal fine strettamente necessari.

A precisarlo è una sentenza della Corte di Cassazione piuttosto datata (risale infatti al 1993), ma che vale la pena ricordare perché a volte rischia di essere disattesa e far incorrere il commerciante in pesanti sanzioni.

La norma, infatti, parla chiaro e obbliga il negoziante che propone in vendita le proprie merci di indicarne, in vetrina, il prezzo.

Nel caso specifico della sentenza della Corte di Cassazione, però, si tratta proprio il caso di una commerciante a cui era stata elevata una sanzione per non aver esposto i prezzi pur avendo messo in vetrina il cartello "in allestimento". *"Il fatto stesso che una merce si trovi nella vetrina esterna di un esercizio commerciale – si legge nella sentenza –, realizza la condizione dell'esposizione e quindi comporta, in via generale, l'obbligo dell'indicazione del prezzo"*.

D'altro canto, la Corte di Cassazione ammette la mancata collocazione del cartellino del prezzo prima della definitiva sistemazione della merce.

Tuttavia, *"le suddette esigenze"* sono giustificate *"solo durante lo svolgimento dell'attività di allestimento della vetrina e nei limiti di tempo a tal fine strettamente necessari, non essendo invece sufficiente la semplice apposizione di un cartello con la scritta "vetrina in allestimento". Nè possono interrompersi le operazioni di allestimento senza che si provveda all'apposizione del prezzo sulla merce provvisoriamente posta nella vetrina"*.



## PARERE REGIONE VENETO

**Sconti e ribassi praticati da esercizi commerciali. Rapporto con la disciplina regionale in materia di vendite straordinarie.**

**D:** Gli sconti e/o i ribassi praticati dagli esercizi commerciali configurano una vendita promozionale, così come disciplinata dalla DGR n. 3167 del 2001?

**R:** La disciplina regionale delle vendite promozionali di cui alla deliberazione della Giunta regionale n. 3167 del 26 novembre 2001 non precludono l'effettuazione di vendite di prodotti a condizioni favorevoli (come ad esempio sconti alla cassa, tessere sconto, carte fedeltà, etc.) purché esse siano svolte all'interno del singolo esercizio, senza alcuna pubblicità apposta all'esterno dei locali oppure diffuse a mezzo stampa. Tali condizioni favorevoli, infatti, paiono attenersi a modalità che incidono sul rapporto contrattuale tra venditore e compratore, e quindi operano esclusivamente sul piano privatistico.

## IL DIRITTO DI RECESSO

Il diritto di recesso può essere definito come il diritto del consumatore di "cambiare idea" e cioè di rinunciare al prodotto acquistato, ricevendo la restituzione del prezzo pagato, pur non lamentando particolari vizi di conformità (e nemmeno dovendo fornire particolari giustificazioni a sostegno della scelta di esercitare il diritto stesso).

Si tratta di un "diritto" previsto dal Codice del Consumo a favore del consumatore limitatamente a pochi e specifici casi (vedasi art. 64 del Codice del Consumo) quali i contratti sottoscritti a distanza o comunque negoziati al di fuori dei locali commerciali (es. acquisti su internet, per corrispondenza, ecc.).

La legge non attribuisce, invece, il diritto di recesso al consumatore finale nelle compra-vendite effettuate nelle "tradizionali" forme di vendita. Se l'acquisto viene effettuato, come di norma, in un negozio, non spetterà pertanto al cliente il diritto di recesso e, quindi, eventuali richieste del consumatore potranno riguardare solo questioni relative ai vizi di conformità (es. difetti).

Il negoziante può peraltro concedere su base volontaria il diritto di recesso o comunque può garantire alla propria clientela l'applicazione di un regime ispirato al diritto di recesso concedendo all'acquirente un termine entro il quale gli è assicurata la facoltà di cambiare la merce con altra di suo gradimento.

Nella prassi numerose attività commerciali concedono al cliente la facoltà di cambiare la merce (anche mediante l'emissione di un c.d. "buono acquisto" da spendere in negozio).

Questa fattispecie può comunque rappresentare motivo di conflitto tra le parti specialmente in assenza di pattuizioni chiare relative ai termini per poter esercitare il diritto promesso.

Si ritiene utile indicare di seguito alcuni elementi da considerare in occasione della concessione al cliente del diritto a "cambiare la merce" nel punto vendita:

- Modalità attraverso le quali il cliente è messo a conoscenza del diritto al "cambio" ed in che modo il negoziante ottiene prova della conoscenza di detti termini in capo al consumatore (es. presenza di semplici cartelli nel punto vendita; passaparola del commesso, sottoscrizione di un documento apposito, ecc.);

- Limite di tempo (dall'acquisto del bene) entro il quale il cliente deve manifestare la volontà di avvalersi del diritto al "cambio merce" (es. "la merce non si cambia più, decorsi tre mesi dall'acquisto");

- Condizioni minime nelle quali deve essere presentata la merce riportata per il "cambio" (es. non riportare segni di utilizzo, integra, con confezione originaria non aperta, con confezione originaria anche se aperta, ecc.);

- In caso di rilascio del buono: limite di tempo entro il quale il cliente dovrà spendere il buono e le conseguenze nel caso in cui tali tempi non siano rispettati.

*Si presti grande attenzione a tale elemento in quanto dal momento della concessione del buono il negoziante, oltre a detenere il prezzo già pagato, ha di nuovo in carico la merce riconsegnata dal cliente (che generalmente viene rimessa in vendita e che quindi potrebbe non essere più cedibile al cliente che l'ha riconsegnata). Se il cliente non spende il buono nei termini potrebbe non esserci più il modo di "tornare indietro" con la restituzione del bene (divenuto frattanto "irripetibile" perché venduto).*

- Eventuali periodi durante i quali il buono comunque non potrà essere speso (es. durante le vendite di fine stagione).

---

Ulteriori approfondimenti nell'area riservata di [www.ascom.vi.it](http://www.ascom.vi.it) (previa registrazione gratuita) seguendo il percorso: categorie>commercio>Dett. Tessili Abbigliamento Arredamento