

Nuove norme sulla responsabilità nei  
confronti del consumatore -  
Il Codice del Consumo  
(D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206)

---

Avv. Lorenzo Marangoni

Studio Legale Astolfi e  
Associati

# Finalità ed oggetto

---

La scelta di codificazione tende al riordino e alla armonizzazione delle norme concernenti i processi di acquisto e di consumo al fine di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori e degli utenti (art. 1)

# I diritti del consumatore

---

Il Codice riconosce i diritti fondamentali di consumatori e utenti tra i quali merita citare:

- il diritto alla tutela della salute,
- il diritto alla sicurezza e qualità dei prodotti e dei servizi,
- il diritto alla adeguata informazione e corretta pubblicità,
- il diritto all'educazione al consumo.

(art. 2)

# Ambito di applicazione

---

- Il Codice disciplina diversi aspetti del rapporto produttore/consumatore
- 1) L'educazione e l'informazione del consumatore
- 2) La pubblicità
- 3) Il rapporto di consumo e i contratti con il consumatore
- 4) La sicurezza e la qualità dei prodotti

# L'educazione e l'informazione del consumatore

---

- Il codice introduce il principio dell'educazione dei consumatori e degli utenti orientato:
- a favorire la consapevolezza dei loro diritti ed interessi
- ad esplicitare le caratteristiche dei beni e dei servizi
- a rendere percepibili benefici e costi conseguenti alla loro scelta (avuto particolare riguardo ai soggetti maggiormente vulnerabili)

---

Introduce contestualmente un obbligo di informazione al consumatore i cui contenuti essenziali vertono sulla sicurezza, composizione e qualità dei prodotti e servizi e debbono essere espressi in modo chiaro comprensibile in quanto tendenti ad assicurare la consapevolezza del consumatore (art. 5)

---

Sono esclusi dall'applicazione delle norme sul contenuto minimo di informazioni previste dal Codice (artt. 6-7) i prodotti oggetto di specifiche disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme di recepimento (art. 8)

# Le informazioni in ambito cosmetico

---

La legge sui cosmetici prescrive un elenco tassativo di informazioni a corredo della confezione dove è presente l'indicazione delle precauzioni particolari per l'impiego

(art 8 L. n. 713/1986)

---

I prodotti cosmetici debbono essere ... confezionati e venduti in modo tale da non causare danni alla salute umana se applicati nelle normali o ragionevolmente prevedibili condizioni d'uso tenuto conto in particolare della PRESENTAZIONE del prodotto, dell'ETICHETTATURA delle eventuali ISTRUZIONI per l'uso e l'eliminazione nonché di qualsiasi altra INDICAZIONE o INFORMAZIONE (art. 7, primo comma, l. 713/86)

---

Fatta salva la tutela della segretezza commerciale e dei diritti di proprietà intellettuale, il Ministero della salute garantisce che le informazioni richieste ai sensi del comma 1 dell'art. 10 ter l. 713/86 (il dossier) siano rese facilmente accessibili al pubblico con ogni mezzo idoneo inclusi i mezzi elettronici (art. 10 ter, comma 9 bis)

---

Nella etichettatura, nella presentazione alla vendita e nella pubblicità è fatto divieto di usare testi, denominazioni, marchi, immagini o altri segni figurativi a meno che attribuiscano proprietà non previste all'articolo 1

(art. 9, primo comma)

## II - La Pubblicità

---

Il codice del consumo disciplina al Titolo III (art. 18 ss) la pubblicità e le altre comunicazioni commerciali avendo sostituito e abrogato la previgente disciplina posta con dlgs. 74/92, dlgs. 67/2000, l. 49/2005

---

Pubblicità è qualsiasi messaggio che sia diffuso, in qualsiasi modo, nell'esercizio di un'attività commerciale industriale, artigianale o professionale allo scopo di promuovere la vendita di beni mobili o immobili, la costituzione o il trasferimento di diritti e obblighi su di essi oppure la prestazione di opere e servizi

(art. 20.1 lett. a)

---

E' considerata ingannevole la pubblicità che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute dei consumatori, ometta di darne notizia in modo da indurre i consumatori a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza

(art 24 ex 5 del D.L.vo n. 74/1992)

---

La tutela dalla pubblicità ingannevole è assicurata dall'Autorità Garante della concorrenza e del mercato e, in sede autodisciplinare, dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP)

Se la pubblicità è assentita con provvedimento amministrativo è competente il giudice amministrativo (Tar)

---

La decisione dell'AGCM che accerta l'ingannevolezza di un messaggio può disporre la rettifica e applicare una sanzione amministrativa da 1.000 a 100.000 € tenuto conto della gravità e durata della violazione. La sanzione non è inferiore a 25.000 € per i messaggi di prodotti pericolosi per loro natura o diretti ai bambini (art. 26.7)

---

Se il messaggio è contenuto in una confezione l'AGCM assegna un termine per eseguire le modifiche che tenga conto dei tempi tecnici necessari per l'adeguamento

# La pubblicità dei cosmetici

---

Le norme sui cosmetici escludono l'uso di elementi idonei ad attribuire ai prodotti cosmetici finalità estranee a quelle tipizzate dal legislatore e vietano l'attribuzione di vantaggi terapeutici (art. 9.1 l. 713/86)

---

Nei messaggi pubblicitari autorizzati con licenze di pubblicità sanitarie dal Ministero della Sanità non potranno essere attribuite finalità cosmetiche a prodotti registrati come presidi medico chirurgici o come specialità medicinali

(art. 9, terzo comma)

---

Salva l'applicazione di sanzioni penali qualora il fatto costituisca reato, la violazione dell'art. 9.1 l. 713/86 prevede l'applicazione di una sanzione amministrativa da lire 500.000 a 5.000.000 oltre alla pubblicazione di una rettifica

# La sicurezza e la qualità dei prodotti

---

Il Codice riprende testualmente le disposizioni contenute negli abrogati DPR n. 224/1988 in materia di responsabilità per danno da prodotti difettosi e D.L.vo n. 172/2004 in materia di sicurezza generale dei prodotti

# Il prodotto sicuro

---

Prodotto sicuro è il prodotto che, in condizioni di uso normale o ragionevolmente prevedibili, compresa la durata...non presenti alcun rischio oppure presenti rischi minimi, compatibili con l'impiego del prodotto e considerati accettabili nell'osservanza di un livello elevato di tutela della salute e della sicurezza delle persone



Ai fini della verifica della difettosità di un prodotto rileva anche il modo in cui il prodotto è stato presentato

(art. 117 Codice Consumo)

---

Chiunque produce, detiene per il commercio o pone in commercio prodotti cosmetici che nelle normali o ragionevolmente prevedibili condizioni di impiego possono essere dannosi per la salute è punito con la reclusione da 1 a 5 anni e con la multa non inferiore a lire 2.000.000. Si applica la riduzione da 1/3 a 1/6 se il fatto è commesso per colpa

(art. 7, commi 5 e 6 l. 713/86)

Salvo che il fatto costituisca più grave reato il produttore che immette sul mercato prodotti pericolosi è punito con l'arresto fino ad 1 anno e con l'ammenda da euro 10.000 a euro 50.000

Il produttore e il distributore sono soggetti a sanzione amministrativa se violano gli obblighi previsti a loro carico dalla legge (art. 104 codice del consumo), salvo che il fatto costituisca reato

# Il cosmetico sicuro

---

Il Codice rinvia alle norme di settore che, con riferimento a particolari categorie merceologiche, obbligano a specifici standard di sicurezza (art. 113)

# Il prodotto cosmetico sicuro per la L. n. 713/1986

---

- Il prodotto cosmetico deve essere fabbricato, manipolato, confezionato e venduto in modo tale da non causare danni alla salute umana se applicato nelle normali o ragionevolmente prevedibili condizioni d'uso, tenuto conto in particolare della presentazione, dell'etichettatura, delle istruzioni per l'uso e l'eliminazione nonché qualsiasi altra indicazione o informazione (art. 7)
- Il fabbricante valuta la sicurezza del prodotto prendendo in considerazione il profilo tossicologico generale degli ingredienti, la struttura chimica e il livello di esposizione (art. 10 ter)

# La valutazione della sicurezza del prodotto dopo la Direttiva 2003/15/CE

---

Nel valutare la sicurezza per la salute umana dei propri prodotti il fabbricante deve altresì:

- prendere in considerazione le caratteristiche peculiari dell'esposizione delle parti sulle quali il prodotto viene applicato
- considerare la popolazione alla quale il prodotto è destinato
- valutare specificamente i prodotti destinati ai bambini di età inferiore a tre anni e quelli destinati unicamente all'igiene intima esterna (art. 7 bis paragrafo 1 lett. d))

---

Attraverso l'indicazione della durata minima garantisce che il prodotto "chiuso" sia sicuro e continui a soddisfare la sua funzione per un certo periodo (nei limiti di quanto esprime un termine minimo di conservazione).

Attraverso l'indicazione "delle condizioni la cui osservanza consente di garantire la durata" pone dei "limiti" alla concessione di tale garanzia

# Profili di responsabilità per il produttore

---

Il prodotto che "una volta aperto e correttamente conservato producesse effetti nocivi" prima della "scadenza" indicata sulla confezione potrebbe far insorgere in capo al produttore:

- Responsabilità (civile) contrattuale
- Responsabilità (civile) extracontrattuale
- Responsabilità (civile) da prodotto difettoso
- Responsabilità penale (art. 590 c.p.)