

La qualità dei prodotti a tutela dei consumatori

La Camera di Commercio ha organizzato il convegno "Conformità e sicurezza nei beni di consumo: esperienze a confronto".

"Uno dei temi che maggiormente interessa imprese e consumatori – commenta il presidente dell'Ente, Gianfranco Bessi – è la conformità e la sicurezza dei beni di consumo. Per le imprese si tratta di un impegno verso i clienti, ma anche di una precisa sfida alla competizione internazionale. Sul mercato, infatti, vi sono prodotti provenienti da Paesi dove non sempre si rispettano i criteri di qualità e sicurezza e questo avviene per il vantaggio di bassi costi di produzione".

"Le imprese italiane, al contrario, – afferma ancora Bessi – sono sempre più attente alla creazione di prodotti nel rispetto di procedure che ne garantiscono un utilizzo sicuro da parte dei propri clienti.

Dall'altra parte, i consumatori sono sempre più consapevoli e dotati di strumenti, voluti dal legislatore nazionale ed europeo, per una spesa attenta, certa e ponderata.

Qualità, sicurezza, trasparenza sono tre criteri decisivi per la sfida competitiva in tanti settori della nostra economia.

L'iniziativa di oggi si inserisce nel contesto dell'attività del Servizio tutela del consumatore della Camera di Commercio, che ogni anno prevede un convegno pubblico su temi di vasto interesse.

Sono stati trattati, negli anni precedenti, il Codice del consumo, la sicurezza alimentare, l'inquinamento elettromagnetico, gli OGM e l'aumento dei prezzi. Temi che hanno suscitato grande partecipazione.

Queste iniziative sono un ulteriore segno del ruolo della Camera di Commercio, che mette in campo diversi servizi che avvicinano l'impresa al consumatore.



Ringrazio tutti gli ospiti che hanno aderito al nostro invito, certo che anche oggi scaturiranno interessanti elementi di analisi".

"Quello affrontato nel convegno – dichiara Enzo Romeo Camanzi, rappresentante dei consumatori in seno alla Giunta camerale – è un tema di interesse generale e che coinvolge tutti noi consumatori, molto più attenti nel fare le compere e che pretendiamo (e ne abbiamo diritto), garanzie, qualità, sicurezza e, per acquisti specifici (come frigoriferi, lavatrici, e altri elettrodomestici) che abbiano anche un basso consumo energetico. Esistono normative e specifiche alle quali tutti i produttori si debbono attenere e, ad onor del vero, le imprese italiane rispettano".

"È opportuno che si sappia – dice ancora Camanzi – che noi consumatori abbiamo dei diritti e che questi diritti sono tutelati da diversi D.lgs raccolti nel Codice dei consumatori e, per rimanere in tema, il D.lgs n. 24, pubblicato il 2 febbraio 2002, che tratta ta-

luni aspetti della vendita e delle garanzie di consumo: garanzia che è di due anni e che fa riferimento ai difetti di conformità. Se il bene acquistato presenta un difetto irreparabile (esempio ricorrente: un cellulare viene inviato all'assistenza e questa non riesce a ripararlo e non è dimostrata la responsabilità dell'acquirente) si ha diritto che venga sostituito o si può pretendere la risoluzione del contratto. Nel caso si trovi resistenza – aggiunge Camanzi – da parte del venditore è opportuno fare riferimento alle associazioni a difesa dei consumatori che operano in provincia: Adoc, Adiconsum, Federconsumatori, Legaconsumatori/Acli. Così come quando avete problemi problemi con i vari operatori telefonici Telecom, Fastweb, Tele2, Wind-Infostrada, Tim ed altri, anche in questo caso è opportuno interpellarci, così come per le truffe telematiche. Spesso collaboriamo con la Polizia postale del comandante Zannoni".

I processi di globalizzazione nel settore dei beni di consumo



La mia relazione verterà sugli attuali processi di globalizzazione in atto in generale ed in specifico nel settore dei beni di consumo, sull'emergere in tale quadro della Cina – e sullo sfondo, dell'Asia – come grande area tendenzialmente egemonica a livello economico e su quale possa essere, in tale contesto, una corretta linea di intervento da parte del nostro sistema.

Tali processi non sono comunque dei fatti distanti che ci riguardano solo sino ad un certo punto, ma essi contribuiscono a modellare e a condizionare in maniera profonda e diretta la nostra vita di tutti i giorni.

Per meglio capire quanto il processo di globalizzazione sia andato lontano, prendiamo ad esempio un comune capo di abbigliamento, i blue jeans. Qualche anno fa un giornalista inglese si è preso la briga di analizzare la provenienza di un paio di pantaloni di questo tipo. Un blue jeans è fatto essenzialmente di tela, di filo per cucire, di una chiusura lampo,

di alcuni bottoni.

Ora, il giornalista ha trovato che la tela utilizzata era stata fabbricata con del cotone che poteva venire dal Benin, dal Pakistan, o dalla Corea del Sud, mentre il colore di indigo con cui essa era stata tinta proveniva dalla Germania. Il filo per cucire era ricavato da fibre prodotte in Giappone; il tessuto della chiusura lampo veniva dalla Francia, mentre la sua parte metallica era di nuovo di provenienza giapponese. I bottoni erano prodotti con zinco e rame provenienti dalla Namibia e dall'Australia ed erano stati lavorati in Germania. La tela era stata poi prodotta in Italia; il filo per cucire in Irlanda del Nord, Ungheria, o Turchia ed era stato tinto in Spagna. La chiusura lampo era stata prodotta in Francia da un'impresa giapponese. La produzione dei jeans era stata fatta in Tunisia; il prodotto era stato inviato poi in Francia, da dove era stato successivamente spedito verso Londra, da dove era stato infine inviato per la vendita ad Ipswich, dove il giornalista lo aveva poi comprato. Il marchio Lee Cooper e il design erano di provenienza statunitense.

Cosa ci mostra questo caso? Essenzialmente come i processi di globalizzazione abbiano scavato in profondità e come il sistema economico mondiale sia estremamente interconnesso in un viluppo di rapporti economici, finanziari, tecnologici, ormai pressoché inestricabili, a meno di un grande rivoluzionario dell'assetto economico mondiale. Lo sviluppo economico del mondo appare sempre più imprescindibile dal mantenimento di un'ampia apertura delle frontiere al flusso di merci, capitali, persone, informazioni.

Vediamo adesso lo stesso fenomeno da un altro punto di vista, quello del prezzo dei

prodotti e dello squilibrio tra il "prezzo cinese" e quello di altri mercati. Qualche anno fa uno studioso ha registrato il prezzo di vendita alla fonte di alcuni prodotti cinesi: un paio di calzini aveva un costo di 30 centesimi, una tee-shirt di 75 centesimi, una penna a biro di 2-3 centesimi, occhiali da sole 70 centesimi, un coltello da bistecche 5 centesimi, un orologio per bambini 15 centesimi, una sveglia 25 centesimi, un piatto pochi centesimi.

Da questo esempio rileviamo, da una parte, la grande difficoltà a competere con un sistema economico che è in grado di produrre degli oggetti a tali prezzi, dall'altra la grande differenza tra i costi alla produzione in Asia e quelli alla vendita in Europa. Il fatto è che i consumatori potrebbero godere ancora molto di più, potenzialmente, dei vantaggi di tali prezzi.

E veniamo a questo punto a le considerazioni di carattere più generale. I processi di globalizzazione sono partiti come una tendenza dei paesi più ricchi ad inserirsi saldamente anche nei mercati dei paesi meno avvantaggiati e ad arrivare al controllo delle loro risorse. Ma negli ultimi anni appare sempre più evidente che le cose stanno andando in modo diverso dal previsto e che almeno alcuni paesi emergenti, Cina ed India in testa, stanno diventando dei protagonisti imprescindibili di tale sistema mondiale.

Alcune previsioni, proiettando verso il futuro gli attuali trend di sviluppo, stimano che il "paese di mezzo" diventerà la più importante economia del mondo forse già intorno al 2016-2017, scalzando così gli stessi Stati Uniti. Anche se prevedere il futuro è sempre un'impresa molto azzardata,

comunque tali valutazioni indicano delle tendenze in atto che sembra difficile arrestare in maniera significativa.

Sarebbe sbagliato considerare che il paese asiatico stia acquisendo il ruolo di protagonista soltanto grazie al basso livello dei suoi salari, o al favorevole rapporto di cambio. In realtà, la sua crescita si basa anche su grandi economie di scala (ad esempio, si pensi soltanto che nel paese si producono oggi 9-10 miliardi di paia di calzini all'anno), su una forte crescita annua dei livelli di produttività, su massicci livelli di investimento, su crescenti risorse concentrate nella ricerca, su di un apparato pubblico che, pur non essendo certo esente da fenomeni di corruzione, appare molto efficiente e in grado di realizzare gli obiettivi fissati dal sistema.

Ora, di fronte a tali fenomeni, ci si chiede cosa si può e si deve fare nel nostro paese per reggere vittoriosamente il passo a tale offensiva. Bisogna intanto certamente non passare sotto silenzio il fatto che tale processo di sviluppo poggia, anche se certamente non soltanto, su un grande sfruttamento del fattore lavoro, nonché sulla contraffazione sistematica dei prodotti della concorrenza, sulla scarsa tutela della proprietà intellettuale, infine su rilevanti problemi di qualità e sicurezza di certe produzioni, come le cronache del 2007 hanno ampiamente mostrato un po' in tutto il mondo. Sul primo punto bisogna sviluppare delle azioni che portino il governo del paese a migliorare sostanzialmente la condizione dei

lavoratori; da questo punto di vista, bisogna considerare con simpatia l'approvazione recente di una prima legge sul lavoro che tutela i dipendenti molto più di prima.

Sui problemi della contraffazione dei prodotti e su quelli della qualità nei paesi occidentali esistono leggi che, in teoria almeno, tutelano da questi fenomeni, anche se la loro applicazione pratica lascia di frequente a desiderare; da questo punto di vista, sembra evidente che bisogna intensificare gli sforzi di controllo e repressione del fenomeno. Anche in questo caso va salutato il fatto che l'Unione Europea abbia lanciato nelle ultime settimane una campagna globale contro le contraffazioni; in questa campagna viene sottolineato il fatto che essa danneggia non solo le imprese europee e i suoi marchi, ma anche i consumatori e gli stessi lavoratori coinvolti.

Per quanto riguarda la tutela della proprietà intellettuale si tratta invece, tra l'altro, di intensificare gli sforzi in sede comunitaria verso le autorità di Pechino, tramite anche la persuasione e il negoziato.

Questo detto, ed anche supponendo che una forte mobilitazione ed un rilevante impegno su alcuni dei punti sopra indicati portino a dei risultati tangibili, tutto questo, a nostro parere, non può comunque bastare.

Bisogna aggiungere che, in realtà, la principale linea di condotta che nel lungo termine può dare dei frutti nella lotta concorrenziale con i paesi emergenti è quella del guardare in avanti, del puntare sull'innovazione, sulla

ricerca, sull'istruzione, sull'unione degli sforzi tra le imprese, in una parola sullo stare avanti agli altri. In particolare, appare indispensabile cercare di collocarsi sempre più sulle fasce alte di mercato dei vari business, sulle produzioni ad "alto valore aggiunto di conoscenza".

Da questo punto di vista, nel nostro caso bisogna focalizzare l'attenzione sul *made in Italy*, tra l'altro su quel segmento del lusso che appare, da molto tempo, una nostra vocazione fondamentale, nonché su alcune tecnologie avanzate nel settore dei beni strumentali, che noi governiamo bene.

Va comunque ricordato che abbiamo di fronte un'altra difficoltà – che per altri versi è invece anche un punto di forza – che è costituita dal fatto che l'Italia è un paese fatto sostanzialmente di piccole e medie imprese. Molte di queste strutture non sono in grado di competere da sole sui grandi mercati internazionali, viste le loro ridotte dimensioni, che non permettono loro di dotarsi di adeguati centri di ricerca, di reti commerciali internazionali soddisfacenti, di livelli di produzione tali da fare scattare importanti economie di scala. Ecco quindi emergere la necessità di profondi processi di integrazione, di accorpamento tra imprese, processi che l'operatore pubblico dovrebbe incoraggiare e sostenere con politiche più adeguate e più convinte.

Vincenzo Comito

Docente di finanza aziendale dell'Università di Urbino



Il Codice del consumo alla base dei criteri per certificare le caratteristiche dei prodotti



L'Istituto Masini da 45 anni si occupa di certificazione. Il suo compito è quello di valutare quelli che sono i beni, i prodotti, i sistemi e definire se questi rispettano o meno alcuni criteri definiti dalle legislazioni e dalle norme. Il codice del consumo che è stato recepito in Italia come decreto nel 2005, è alla base di quella che è la vostra sicurezza fondamentale, la sicurezza dei prodotti che voi utilizzate; prima di questo c'era solamente una serie di direttive che non erano collegate fra di loro, direttive che vanno dall'88 al 2008 e che riguardano la sicurezza dei prodotti. Negli anni 90 si parla di direttive di nuovo approccio: infatti da allora in avanti altre direttive sono nate con una nuova finalità e con alcune serie di parametri da consolidare. Il codice del consumo ha fatto da capello a tutte queste direttive colmando i buchi che ogni direttiva aveva; se ci sono

delle direttive specifiche che riguardano un prodotto, il codice del consumo non si applica per quelle parti della direttiva che coprono quel prodotto.

Il codice del consumo serve a tutelare il consumatore, a definire la sicurezza dei prodotti e a dare adeguate informazioni agli utilizzatori.

Il produttore è colui che immette sul mercato per la prima volta nello spazio europeo quel prodotto; quindi a qualsiasi titolo che sia produttore, che sia distributore, che sia importatore se lo immette sul mercato per la prima volta risulta a tutti gli effetti "produttore" e in quanto tale ne subisce anche le conseguenze a livello penale se ci fossero problemi. Il distributore è il passo successivo, colui che distribuisce il prodotto sul territorio con annessi doveri e benefici. I prodotti finali sono tutti quei prodotti destinati ad essere utilizzati secondo le loro modalità prevedibili dall'utilizzatore finale; la direttiva del codice del consumo esclude i prodotti alimentari e farmaceutici. Un prodotto è sicuro se rispetta una serie di requisiti che vanno dalle caratteristiche del prodotto, alla fascia di mercato fino a quale categoria di consumatore è destinato.

Si presume che il prodotto sia sicuro quando rispetta le norme nazionali o europee o le norme dello stato in cui è commercializzato o segue le raccomandazioni dell'Unione europea o i codici dettati per quel particolare prodotto. Vi voglio ora presentare tre direttive: la direttiva riguardante i giocattoli, quella riguardante i tessili e quella riguardante

i prodotti elettrici.

Direttiva 88/378 - Giocattolo è tutto quello che è manifestamente concepito o può essere utilizzato in quanto tale, ai fini di gioco, dai minori di anni 14, compresi eventuali relativi apparecchi di installazione, uso e altri accessori. Anche se io non definisco un prodotto "giocattolo" se questo per concezione, forma o aspetto è un giocattolo io lo devo definire tale; e vale anche il contrario...se o definisco qualcosa "giocattolo" mentre questo manifestamente non lo è, non può essere considerato un giocattolo. Es: articoli sportivi destinati a minori di anni 14, non sono giocattoli e lo stesso vale per articoli di modellismo. Il giocattolo deve rispettare alcuni requisiti quando viene immesso sul mercato: quali sono? Deve essere sicuro: cosa si intende? La regola della buona fabbricazione è sottintesa, quelli che devono essere rispettati sono dei requisiti che vengono definiti "requisiti essenziali di sicurezza". Cosa sono? Una serie di caratteristiche che devono essere rispettate, a cominciare dalla composizione, le caratteristiche meccaniche e chimiche. Per progettare qualcosa di sicuro esistono norme dette "armonizzate": la commissione europea identifica un'esigenza a livello di sicurezza su un determinato bene e chiede all'Organo Normativo Tecnico Europeo di studiare il problema ed emettere una norma che dopo la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale, diventa a tutti gli effetti una norma armonizzata. Non per tutti i prodotti però esistono norme armonizzate da usare come strumenti

per la progettazione in sicurezza, alcuni sono prodotti di nuova concezione per i quali ancora non esistono norme a cui fare riferimento, e il produttore si deve riferire ai "requisiti essenziali di sicurezza" con l'aiuto di un ente terzo, vale a dire un Organismo Notificato. La sicurezza del giocattolo è strettamente legata all'età del bambino, diversi infatti sono i modi di giocare a seconda del bambino. Per questo motivo ogni giocattolo ha un "target d'età" e l'etichetta sul prodotto con relativo simbolo, serve proprio al consumatore per conoscere questo target. Altre valutazioni vengono fatte sul rilascio di metalli pesanti, su coloranti, sulla presenza di sostanze azotate, sostanze cancerogene, sulle norme igieniche, sulla pulibilità, sulla radioattività, sull'inflammabilità ecc.

Il marchio CE è estremamente importante: il simbolo è composto da due cerchi sovrapposti e la parte centrale della "e" è di 2/3 il raggio del secondo cerchio; le sue dimensioni minime sono 5 mm. Ha una sua struttura particolare e se il prodotto marchiato CE non ha un simbolo con queste caratteristiche probabilmente vi trovate di fronte ad un marchio non corretto. Il marchio CE falso è anche chiamato "China Export".

Poche cose fondamentali sui prodotti tessili, in particolare mi soffermerei sull'etichettatura degli stessi (vedi di-

rettive : 96/74 e 97/37). La cosa molto importante dell'etichettatura è che soltanto 44 nominativi di fibre tessili possono essere utilizzate, né più né meno. Esiste infatti un elenco di 44 nomi in cui le fibre vengono differenziate in "naturali" (dall'1 al 18) e "sintetiche" (dal 19 al 44). Fibre naturali: fibre ottenute da materie prime naturali, fibre di sintesi: esiste quindi un prodotto chimico alla base della costruzione di questa fibra. Voglio anche illustrarvi le direttive sui prodotti elettrici. Ci sono due direttive: "direttiva a bassa tensione" e "direttiva a compatibilità elettromagnetica".

La "direttiva a bassa tensione" n.73/23 è stata superata di recente dalla direttiva 2006/95, e riguarda i criteri di sicurezza dei prodotti elettrici. La direttiva si applica a tutto quello che è alimentato con una tensione nominale superiore ai 50 Volt in corrente alternata e fra 75 e 1.500 Volt in corrente continua, escludendo così tutto ciò che è alimentato a pile, ai contatori elettrici, alle prese di corrente senza interruzione di accensione. Il sito internet della comunità europea dove trovare tutte le direttive scaricabili e consultabili in originale in formato pdf, si chiama: eurlex.

Uno strumento che vi potrà essere utile perchè offre il testo consolidato che tiene conto di tutte le evoluzioni normative che ci sono state subito dopo l'emissione. Ci

sono molte normative di riferimento vicine a noi, che riguardano i prodotti elettrici per uso domestico, oppure che riguardano i prodotti della tecnologia d'informazione: computer, elaboratori di immagini, elaboratori di informazione, lettori MP3, dispositivi medici, aerosol, misuratori di pressione o di temperatura, dispositivi di misura, contatori utilizzati a livello industriale, apparecchi di illuminazione, quadri elettrici e apparecchi di regolazione e controllo. Il fabbricante verifica che ci sia una norma di riferimento, predispone un fascicolo tecnico, segue le indicazioni, le mette in linea, conservando tutto. Come passo successivo il fabbricante pone il marchio secondo i criteri predefiniti e redige una dichiarazione di conformità per l'immissione sul mercato.

La "direttiva a compatibilità elettromagnetica" invece dice che un prodotto non deve essere influenzato da radiazioni elettromagnetiche e da disturbi radio e non deve a sua volta influenzare qualcos'altro emettendo di disturbi radio. Prendiamo ad esempio un qualsiasi phon costruito qualche decennio fa e mettiamolo vicino ad una radiolina o ad una televisione, questo apparecchio frigge. Prendiamo un qualsiasi apparecchio per la cura della persona che va dal phon agli arricciascapelli, rasoi elettrici o apparecchi per igiene orale...questi tipi di apparecchi quali norme devono rispettare? La direttiva 73/23, la 2006/95, la 2001/95 riguardante il codice del consumo, la direttiva di compatibilità elettromagnetica 2004/180, le norme tecniche di riferimento con informazioni specifiche sul tipo di apparecchio. Importanti sono anche le direttive a proposito delle caratteristiche minime da indicare sull'imballaggio del prodotto in questione; vanno indicati infatti: nome del costruttore, modello di riferimento, tensione nominale e potenza, spina di alimentazione con simbolo relativo, libretto di istruzioni e non necessariamente lo schema elettrico e dati di targa.

Gabriele Lualdi

Istituto di ricerche
e collaudi M. Masini - Rho





Sicurezza e conformità, la validità dell'esperienza del Made in Italy

Conformità, qualità e sicurezza nella moda vuole dire realizzare un prodotto che non danneggia la salute e che rispetta la vita e l'ambiente nelle sue molteplici attività.

I benefici per le aziende possono essere diversi, sia di tipo diretto che indiretto:

1. miglioramento del clima aziendale e aumento della motivazione dei collaboratori;
2. aumento delle capacità dell'impresa di attrarre e mantenere personale qualificato;
3. rafforzamento del valore del brand più competitivo nei confronti di mercati sempre più affollati;
4. accrescimento della reputazione complessiva dell'impresa e del marchio dell'impresa stessa;
5. riduzione dei rischi di iniziative di boicottaggio interne ed esterne;
6. creazione di un rapporto stabile e duraturo con i consumatori/clienti basato sulla fiducia e sulla fedeltà alla marca;
7. miglioramento nella relazione con le istituzioni finanziarie;
8. diminuzione delle tensioni sindacali;
9. miglioramento dei rapporti con gli enti pubblici.

La qualità del prodotto comunque è indubbiamente il punto di forza dello stesso, il valore aggiunto che può permettere la fidelizzazione del cliente e di conseguenza un maggior business per l'imprenditore.

La garanzia del prodotto ha un doppio significato. Legalmente il consumatore è protetto dalla possibilità di recedere dall'acquisto, mentre commercialmente il produttore, facendosi garante del bene di consumo, si impegna nei confronti del consumatore al

rimborso del prodotto che non si attiene a determinate caratteristiche. Il prodotto "sicuro", "garantito" può permettere all'azienda e all'imprenditore una crescita d'immagine e la creazione del cosiddetto "marchio" che a sua volta è una garanzia aggiunta per l'acquirente. Nel settore del tessile un esempio di garanzia del prodotto è dato dall'etichetta. Ogni etichetta riporta l'indicazione della ragione sociale o del marchio registrato del produttore, nonché la denominazione delle fibre con le percentuali previste. Nell'etichetta e naturalmente nella scelta del consumatore diventa poi fondamentale la provenienza, il cosiddetto "made in", letteralmente in italiano "fatto, costruito in". L'industria italiana, in particolare l'industria della moda italiana negli anni si è guadagnata un'importante fama grazie al design e all'inventiva degli stilisti e alla serietà nel rispettare tali norme.

L'immissione sul mercato di tessili provenienti da paesi esteri che non si adeguano alle norme possono abbassare la soglia di sicurezza. Da una statistica recente il 25% di acquirenti di tessili ha sofferto di irritazioni cutanee, il 55% dei consumatori non conosce esattamente cosa acquista, il 70% vorrebbe conoscere dove un tessile è prodotto e il 75% è disposto a pagare di più per un tessile garantito.

Dal punto di vista sanitario, con l'enorme proliferarsi di allergie è importante poter offrire prodotti adeguati ad ogni tipo di cliente e, nello stesso tempo, poter garantire una qualità che non causi effetti collaterali e che duri nel tempo.

La sicurezza del prodotto e la conformità delle caratteristiche espresse dalle etichette di riconoscimento del prodotto stesso sono date da queste scelte imprenditoriali. Pro-

durre in Italia vuol dire sottoporsi a controlli più rigidi e professionali. La mia esperienza, nel confrontare capi e tessuti, mi porta a considerare il mercato della moda, come anche altri mercati oggi aggrediti dalla globalizzazione, una vittima del sistema stesso e di un'economia stagnante. L'imprenditore deve garantire al consumatore finale la trasparenza e la sicurezza del prodotto tessile sensibilizzandolo in merito ai valori etici, sociali ed ambientali espressi dal prodotto di qualità.

Dal punto di vista sociale ritengo che produrre in Italia vuol dire offrire posti di lavoro ed un ritorno economico per l'intero territorio. Significa poi esprimere energia, innovazione ed inventiva che sono le forze fondamentali di un'impresa che vuole rimanere ed estendere le proprie possibilità su un mercato globale.

La sicurezza del prodotto tessile, infine, significa dotare l'Italia di strumenti condivisi con la sanità, l'industria e le associazioni dei consumatori idonei ad impedire la circolazione sul territorio nazionale di articoli tessili che possano produrre rischi alla salute dei consumatori. Occorre realizzare una forte alleanza tra la produzione, la sanità ed i consumatori ed avviare percorsi di ricerca integrati tra produzione, sanità e ricerca.

Concludendo il consumatore chiede di conoscere le qualità del tessile e chiede che questo venga certificato da un interlocutore super-partes in base a metodi scientifici. L'imprenditore deve realizzare prodotti conformi, sicuri e di qualità attenendosi alle regole, valorizzando il marchio che deve a sua volta poter essere difeso dal "made in Italy".

Come affrontare le insidie che si nascondono nei meandri di Internet



La grande frontiera rappresentata dall'informatica e da internet nasconde spesso insidie per il consumatore. E del resto anche il comune utente, più o meno inavvertitamente, può commettere veri e propri reati. Si è parlato anche di questo nel convegno "Conformità e sicurezza nei beni di consumo: esperienze a confronto" promosso recentemente dalla Camera di Commercio. Nella sua relazione, Valerio Zannoni, Comandante della Polizia Postale e delle Comunicazioni di Ravenna, ha illustrato nel dettaglio i compiti della sezione. La Polizia Postale si occupa prioritariamente – senza tralasciare ovviamente i casi legati alla posta "tradizionale", dalle rapine al falso filatelico – di criminalità informatica, cioè di reati commessi con, attraverso o contro i sistemi informatici. I grandi ambiti sono rappresentati dalla pirateria legata al diritto d'autore e dal cyber crime, che può riguardare la pedofilia on line, la violazione della privacy e gli "abusi" connessi

all'e-commerce.

I reati più importanti sono riferibili all'accesso abusivo in presenza di "barriere", alla frode informatica, alla detenzione e diffusione abusiva di codici di accesso, alla diffusione di virus.

Tra i soggetti, l'insider (come il dipendente infedele che "ruba" informazioni), l'hacker, il cracker e il phreaker. Se l'hacker "forza" i sistemi sostanzialmente per dare prova delle sue capacità, il cracker agisce a scopo di lucro; mentre il phreaker sfrutta le reti altrui. C'è da dire che l'alta professionalità degli agenti e le tecnologie disponibili permettono di conseguire ottimi risultati nel contrasto: l'iter investigativo fa leva sul numero Ip, un codice esclusivo che sostanzialmente "marca" la nostra posta elettronica. Non mancano le difficoltà, perché i tracciati telematici, viste le caratteristiche globali della rete, spesso prendono strade tortuose. Non è infrequente, per dialogare con varie zone di Ravenna, ad esempio, "passare" dagli Stati Uniti. E i problemi insorgono quando i server non sono in Italia. Ma quali sono gli accorgimenti che l'utente può mettere in campo? Gli antivirus sono fondamentali per la sicurezza; sul fronte dei collegamenti wireless meglio scegliere sistemi di qualità perché si tratta di un campo molto "ghiotto" per i malintenzionati. Ultimamente vengono utilizzati tubi di una famosa marca di patatine per incanalare le informazioni... E scaricare film e musica? "Commettete reati tutti i giorni", ha detto Zannoni ai ragazzi delle scuole presenti al convegno. Fermo restando che c'è il rischio di acquisire involontariamente immagini pedopornografiche. In questo caso è fondamentale avvertire subito la Poli-

zia, segnando l'indirizzo di provenienza del materiale. Occorre inoltre fare molta attenzione alle improbabili richieste di dati che provengono ad esempio da istituti bancari: il phishing viene perpetrato per carpire codici e dati personali da utilizzare poi per transazioni fraudolente. Questi tentativi vengono generalmente dalla Romania, e non è possibile chiedere su questo fronte una rogatoria internazionale. Serve cautela anche con l'e-commerce. Perché "non regala niente nessuno"; poi è sconsigliabile comprare lotti molto consistenti, che si fermano in dogana e pagano dazi alti. Meglio, infine, non fidarsi troppo dei "feedback" positivi – i "riscontri" che il venditore ottiene da "clienti" – troppo alti: non rappresenta una garanzia assoluta. Gli sms anonimi? Anche in questo caso occorre agire assennatamente: in presenza di una denuncia si risale agevolmente all'autore. E magari uno scherzo tra amici si trasforma in un guaio giudiziario.





Scelte più oculate grazie all'etichetta

La Camera di Commercio di Ravenna, grazie a questi incontri annuali, ci dà modo di approfondire questioni concrete, scottanti e di attualità. Ci riuniamo tra soggetti profondamente differenti, che non sempre hanno occasione di discutere assieme e quindi di costruire ipotesi di dialogo e di collaborazione. Quest'anno parliamo di etichettatura. L'etichetta è un piccolo quadratino. Parrebbe insignificante e spesso è stato sottovalutato. Ma come direbbe un poeta c'è un intero mondo in quel quadratino. Se in quello spazio, destinato a crescere anche in dimensioni e caratteri, ci troviamo informazioni utili e serie, la sua importanza diventerà sempre maggiore. Più dello stesso marchio. Quanto più sono informato, più eviterò brutte sorprese e potrò scegliere. In fondo il mercato è scelta. Meno informazioni significano meno mercato. Ed è per questo che noi vogliamo sia le informazioni che la possibilità di utilizzarle.

Se voglio evitare spiacevoli sorprese future voglio sapere cosa acquisto. Se non guardo l'etichetta è perché temo di non sapere cosa ci troverò scritto. Non mi fido. Ma se avrò fiducia, leggerò e avrò le informazioni che cerco, potrò fare scelte più oculate al momento dell'acquisto e premiare le imprese migliori.

Se le etichette hanno senso nel settore alimentare, nel settore non alimentare sono altrettanto importanti.

Pensiamo al settore del tessile e abbigliamento, dove si sta sviluppando a livello

europeo un grande dibattito. Infatti si è messa, qualche anno fa, in discussione la validità dell'etichettatura che prevede il "made in".

Si discute di questo perché la maggior parte dei paesi ritiene che per garantire la concorrenza, deve essere prevista solo una etichetta "made in Europe", senza altri tipi di marchiature. Questo penalizza fortemente i prodotti di alta qualità, magari caratterizzati da una linea di design. Ma non è solo questo il problema. Si deve difendere il made in UE dai prodotti importati. I controlli sui prodotti sono assolutamente legati a materie fiscali, e in misura molto più ridotta, alla qualità e salubrità.

E c'è infine, per noi ancora più rilevante, il tema del quando si ha diritto al made in.

Pensiamo ad una t-shirt come quelle che indossano quasi tutti i ragazzi qui presenti. Una t-shirt è fatta di cotone, viene colorato, viene confezionato secondo un certo design, poi viene fatto l'impacchettatura. Ciascuno di questi processi può essere fatto in un paese diverso, e soprattutto i primi due, coltivazione e colorazione, spesso sono fatti fuori dall'Europa. Ma il criterio per mettere il made in UE è dove è stato lavorato il valore maggiore del prodotto. E se il valore maggiore è il confezionamento, il design e l'impacchettatura di quel prodotto sarà made in EU anche se sappiamo bene quanto il cotone e il colore incidano sulla qualità e magari anche sulle allergie.

Ecco perché abbiamo ancora tanto da lavorare. Ho fatto riferimento alla t-shirt che è il prodotto più semplice, ma su al-

tri prodotti più complessi (un abito, un paio di scarponcini, un giaccone) dove si sommano vari componenti, definire quale sia la prevalenza diventa praticamente impossibile.

Di allergie vorrei parlare in conclusione di questo mio intervento. Infatti l'etichettatura (nel tessile, ma anche per i giocattoli, o per l'elettronica, e perfino per i gioielli non d'oro) dovrebbe informare sui rischi per i soggetti allergici a certe componenti, mentre questo genere di informazioni mancano completamente, come manca spesso una iconografia di facile comprensione per informare su alcune condizioni essenziali di manutenzione. Lunghi fogli o addirittura volumi di informazioni, servono ai tecnici, ma nessuno di noi può ed ha il tempo di leggerli fino in fondo. Certo, potremmo sempre aprire delle facoltà per superconsumatori esperti in diritto commerciale, tecnologia e materiali, telecomunicazioni e alimenti. Resterebbe anche la non risibile questione della lettura e memorizzazione veloce. Ma sapete com'è, in un mondo in cui i bravi imprenditori sono scarsi i bravi politici sono quasi inesistenti, pretendere che ci siano 360 milioni di superconsumatori è veramente troppo. Quindi non ci resta che lavorare in favore della necessità di informazioni essenziali semplificate. È importante e dobbiamo lavorare sempre più perché a questo obiettivo si possa arrivare in tempi brevi.

Carlo Pileri

Presidente nazionale dell'Adoc