

LA POLIZIA MUNICIPALE E LA TUTELA DEL CONSUMATORE

A queste brevi note si rende necessaria una premessa: Il Comune è l'istituzione più vicina al cittadino, rappresenta l'interfaccia naturale, l'interlocutore principale a cui rivolgersi per affrontare e, possibilmente, risolvere i piccoli e grandi problemi della vita quotidiana che suscitano ansia, paura ed, in definitiva, insicurezza.

La Polizia Municipale è sicuramente la "parte" più visibile del Comune, la parte che si pone come il referente naturale con cui dialogare, discutere, arrabbiarsi, combattere ma in definitiva a cui ci si può liberamente riferire senza difficoltà o timori reconditi. Si può cioè istituire una sorta di collaborazione che consente di perseguire obiettivi comuni, tra cui difendere la qualità della vita che non significa altro che la possibilità di "vivere la città" in tutte le sue ampie sfaccettature.

La Polizia Municipale può rispondere a quest'esigenza poiché il suo campo di intervento è stato ampliato, toccando diversi e disparati settori tra i più significativi della vita sociale, che consentono di raggiungere il risultato finale. D'altra parte non dimentichiamo che gli operatori di Polizia Municipale sono prima di tutto cittadini che vivono nella città e per la città, senza con ciò limitarsi ad intendere il luogo di residenza ma spaziando verso confini molto estesi.

Sono cittadini, sono consumatori, sono dotati di professionalità e capacità operative che altri strati della popolazione non possono nemmeno lontanamente sfiorare e possono mettere la loro professionalità al servizio delle esigenze locali, possono seguirne i profondi mutamenti utilizzando la propria flessibilità di organo dell'Amministrazione Locale. Si possono ritenere un moderno e qualificato organo di Polizia a tutela della sicurezza e della convivenza civile.

Il "diritto alla sicurezza" e la difesa del "cittadino/consumatore" deve essere garantito non solo in relazione al fenomeno della grande criminalità organizzata, ma anche in rapporto ai fenomeni di piccola illegalità presenti nei luoghi dove si vive e si lavora. L'operatore di Polizia Municipale, in quanto profondo conoscitore del tessuto sociale del Comune, si colloca nella realtà locale non solo come soggetto garante della legalità, ma anche, e soprattutto, come qualificato referente istituzionale.

La "Tutela del consumatore" rientra pertanto nei compiti istituzionali della Polizia Municipale.

Il consumatore, inteso come colui che agisce per soddisfare esigenze personali e non professionali, è stato, soprattutto negli ultimi anni, al centro dell'attenzione legislativa che ne hanno consentito l'adeguamento ai livelli europei. Recependo alcune importanti direttive dell'U.E., il nostro Paese ha mostrato un segnale molto incoraggiante, in favore di quei soggetti che, nella pratica quotidiana, ricoprono una posizione contrattualmente più debole rispetto al fornitore di beni o servizi. Al consumatore che acquista per soddisfare le sue esigenze personali, infatti, generalmente vengono offerti minimi spazi per intavolare un'equilibrata trattativa. Le condizioni del contratto, in altri termini, sono proposte e quasi imposte dall'imprenditore, annullando, in realtà, le possibilità di scelta del consumatore. Tutelare i consumatori significa, in sostanza, prevenire e reprimere gli abusi degli operatori economici, oggi anche con riferimento alle grandi catene di distribuzione, in un mercato sempre più "globalizzato" e fortemente influenzato sia dai media sia da internet.

Al fine di garantire la più ampia tutela del consumatore, la Polizia Municipale attua verifiche e controlli, attraverso interventi mirati, nei pubblici esercizi, esercizi commerciali e mercati settimanali per controllare, ad esempio,:

- L'igiene degli alimenti, dei locali e delle persone preposta alla vendita e/o alla somministrazione degli alimenti;
- La data di scadenza dei prodotti alimentari e non, esposti per la vendita al pubblico, nonché l'integrità delle confezioni;
- La pubblicità dei prezzi al consumo, oltre al controllo del prezzo ben visibile sulla merce esposta per la vendita;
- La regolarità delle bilance e quindi del peso netto delle merci;
- Il rispetto degli orari;
- La tutela dei non fumatori;
- Le vendite straordinarie: promozionali, liquidazioni, saldi e sottocosto;
- La non contraffazione delle merce esposta per la vendita;
- La stipulazione di clausole contrattuali.

SODDISFATTI O RIMBORSATI

(D. Lgs. n. 50/1992; D.Lgs. n. 24/2002 e D. Lgs. N. 206/2005)

➤ **DIRITTO AL RIPENSAMENTO:**

A livello generale si può dire che non c'è un "diritto al ripensamento" del consumatore; quando si acquista in prodotto, si stipula un vero e proprio contratto (anche se non scritto) che si perfeziona con la consegna e il pagamento della merce. Questo vale per tutti i prodotti e il venditore non ha alcun obbligo di cambiare la merce o restituire i soldi se il consumatore ci ripensa (può farlo a titolo di cortesia). In questi casi molti esercenti, invece del rimborso, rilasciano un "bonus" di pari importo per l'acquisto nello stesso negozio di altri prodotti: sta al consumatore accettare o rifiutare il bonus, tenendo presente che se ne dovrebbe consentire l'utilizzo entro un anno (art. 2955 c.c.).

➤ **DIRITTO DI RECESSO:**

E' il diritto di "ripensamento" cioè di cambiare idea dopo l'acquisto di un bene, **entro 10 GIORNI** dalla stipula del contratto.

E' valido, però, come obbligo di legge, SOLO PER GLI ACQUISTI FUORI DAI LOCALI COMMERCIALI (ad esempio per strada) e per quelli a distanza (televendite, internet, etc.); prevede l'annullamento del contratto firmato e il rimborso del denaro versato.

Si esercita solo ed esclusivamente a mezzo raccomandata a/r e fa fede il timbro postale.

Trattasi di un fenomeno sempre più diffuso nel nostro Paese. Questa modalità di acquisto, infatti, se da un lato consente spesso di risparmiare o di trovare dei prodotti che non sono presenti nei canali di vendita ordinari come negozi e centri commerciali, dall'altro presenta alcune insidie: i prodotti non si possono visionare e la merce viene resa maggiormente desiderabile dalla sua presentazione (si pensi alle riprese televisive che "esaltano" il prodotto) o dall'abilità del venditore.

Non godono di questo diritto gli acquisti del valore inferiore a € 25.82, quelli aventi come oggetto beni immobili, assicurazioni o valori mobiliari, fornitura di bevande o alimenti con consegna periodica.

➤ **CONFORMITA' DEL BENE:**

Il principio generale è che il venditore ha l'obbligo di consegnare al consumatore beni conformi al contratto di vendita.

La conformità è un concetto più ampio rispetto a quello di "prodotto esente da vizi" usato precedentemente. ***Intende, infatti, non solo l'idoneità del bene all'uso normale, ma anche la corrispondenza sia alle descrizioni prospettate dal venditore sia alle comunicazioni pubblicitarie fatte dal produttore.***

➤ **GARANZIA LEGALE:**

E' bene ricordare che:

- ◆ **La garanzia** su un bene di consumo acquistato dopo il 23/03/2002 per uso personale **dura DUE ANNI** e non uno come in passato (sono esclusi quelli destinati ad attività imprenditoriali o professionali per cui vale ancora la garanzia di un anno);
- ◆ **Si hanno DUE MESI di tempo dalla scoperta del danno per denunciarlo al venditore** (possibilmente a mezzo raccomandata con ricevuta di ritorno): la denuncia potrà quindi avvenire, al massimo, entro 26 mesi dall'acquisto;
- ◆ **A rispondere dei difetti del bene è il VENDITORE stesso**, in quanto responsabile della conformità dell'oggetto venduto. Se il bene non funziona, deve essere quindi il venditore, e non l'acquirente, a portarlo al centro di assistenza. Quando un bene è difettoso il venditore non può rifiutare il ripristino della sua conformità ed è tenuto a ripararlo o sostituirlo. Entrambe le soluzioni non devono comportare alcuna spesa aggiuntiva per l'acquirente.

➤ **GARANZIA CONVENZIONALE:**

Oltre alla garanzia legale, il venditore può offrire volontariamente una garanzia ancora più vantaggiosa, definita "convenzionale".

Essa vincola giuridicamente la persona che offre; deve stabilire che il consumatore gode comunque della garanzia legale e indicare in modo chiaro l'oggetto della garanzia e gli elementi necessari a poterla utilizzare.

Occorre ricordare che spesso queste garanzie sono volte più ad attirare l'acquirente che a tutelarlo realmente.

SCONTRINO O SCONTINO?

(D.L. n. 223/2006 convertito nella L. n. 248/2006)

DEFINIZIONI:

- **Scontrino fiscale:** E' un documento fiscale, rilasciato dal commerciante, che deve necessariamente contenere alcuni elementi: 1) dati identificativi l'esercente o l'attività commerciale (denominazione, ditta o ragione sociale o cognome e nome); 2) numero di partita IVA e ubicazione dell'esercizio; 3) corrispettivi riferiti ad ogni singolo prodotto acquistato con i relativi importi totali, eventuali sconti o rettifiche, totale dovuto; 4) data, ora di emissione e numero progressivo; 5) segno grafico seguito da una serie di lettere e numeri;
- **Ricevuta fiscale:** Dal 1993 è stata introdotta la ricevuta fiscale unificata (può essere utilizzata anche come fattura). E' un documento fiscale che deve necessariamente contenere: 1) data e numero progressivo; 2) dati identificativi dell'esercente (denominazione, ditta o ragione sociale o cognome e nome) e dati identificativi del cliente; 3) quantità, natura e qualità dei beni o servizi; 4) corrispettivi ripartiti per imponibile ed imposta, con la specificazione della aliquota IVA, e totale dovuto;

- **Libero professionista:** L'espressione indica un lavoratore che fornisce la propria professionalità e le proprie competenze a vari clienti in modo autonomo, cioè senza avere datori di lavoro. I liberi professionisti possono, inoltre, essere iscritti agli albi professionali (quando esistono) o ad associazioni di categoria. Non sono solo medici, avvocati, commercialisti ma anche artigiani (come idraulici, elettricisti, decoratori, tassisti...) La remunerazione del libero professionista prende il nome di "compenso" od "onorario".

Il cliente può venire indotto a non richiedere il documento fiscale poiché ciò lo esonera dall'addebito dell'IVA. Proprio per questa ragione è stato recentemente previsto che i professionisti possano accettare solo forme di pagamento "tracciabile", salvo che la somma complessiva da riscuotere non sia inferiore ad un determinato importo (ora, ad esempio, è di € 500,00, destinato a scendere, il 01 luglio 2008, ad € 100,00) D'altra parte, non esiste alcuna sanzione a carico di chi esca dallo studio di un professionista senza la fattura o da un esercizio commerciale senza lo scontrino fiscale.

Solo il possesso di un idoneo documento fiscale consente però di provare l'avvenuto rapporto contrattuale e far valere i conseguenti diritti (diritto di recesso, garanzia etc.). Tale documento, pertanto, va conservato per almeno due anni dall'acquisto.

PREZZI

(D.Lgs. n. 114/98)

Il Decreto Legislativo 31/05/1998, n. 114, che ha rinnovato la disciplina del commercio, ha confermato ***l'obbligo dell'esposizione dei prezzi per tutti i prodotti esposti per la vendita nelle vetrine esterne, all'ingresso del locale, nelle immediate adiacenze dell'esercizio, su aree pubbliche, sui banchi di vendita, ovunque collocati. Il prezzo di vendita non deve essere solo visibile ma anche ben leggibile.***

Vi sono poi alcune indicazioni specifiche:

- Quando sono esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è 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;
- I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trovi già impresso in maniera chiara e con caratteri leggibili, in modo che risulti facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dall'obbligo del cartello;
- Nel caso di prodotti d'arte e di antiquariato nonché di oreficeria, il cartellino del prezzo deve essere reso visibile dall'interno dell'esercizio e non necessariamente anche dall'esterno.

VENDITE STRAORDINARIE

(D.Lgs. n. 114/98)

- ✓ **Vendite di liquidazione:** Sono vendite nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti, al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di: 1) cessazione dell'attività commerciale; 2) cessione dell'azienda; 3) trasferimento di sede dell'azienda; 4) trasformazione o rinnovo dei locali.

Possono essere effettuate in qualunque momento dell'anno, previa comunicazione al Comune dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti.

Le Regioni disciplinano le modalità di svolgimento, la pubblicità, i periodi e la durata delle vendite di liquidazione.

- ✓ **Vendite di fine stagione (o saldi)**: Sono vendite nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo.

Le Regioni disciplinano le modalità di svolgimento, la pubblicità, i periodi e la durata delle vendite di fine stagione.

- ✓ **Vendite promozionali**: Sono vendite nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto di tutto o di una parte dei propri prodotti.

Le vendite promozionali devono essere effettuate per periodi di tempo limitato (il D.Lgs. n. 114/98 non chiarisce però ulteriormente questa disposizione e non stabilisce alcuna modalità per comunicare o pubblicizzare questo limite temporale).

Non vi è competenza regionale in materia di vendite promozionali

Tutte queste forme di vendita hanno in comune un'unica modalità espositiva dei prezzi ovvero ***nei cartelli pubblicitari deve essere indicato il prezzo iniziale barrato; la percentuale di sconto o ribasso ed il prezzo finale di ogni prodotto.*** Le tre indicazioni devono comparire congiuntamente per ritenere in regola l'esercente. ***I prezzi e sconti, invece, sono completamente liberi.***

VENDITA A PESO NETTO

(L. n. 441/1981 e D.M. n.21/12/1984)

La vendita al minuto delle merci, il cui prezzo sia fissato per unità di peso, deve essere effettuata a peso e al netto della tara.

Per tara si intende tutto ciò che avvolge o contiene la merce da vendere o è unito ad essa e con essa viene venduto.

Il consumatore, prima dell'effettuazione dell'acquisto, può chiedere l'apertura dell'imballaggio o della confezione ai fini della verifica del peso netto indicato. In tal caso non può rifiutare l'acquisto del prodotto, ma se viene riscontrata una differenza tra il peso netto indicato e quello effettivo, il prezzo da pagare deve essere variato in proporzione.

Formaggi molli e mozzarelle possono essere venduti senza detrarre il peso dell'involgente e così pure cioccolatini e caramelle, nonché salami con spaghi, piombini e fascette.

La bilancia (strumento metrico) deve essere collocata in un punto e in un modo tali da consentire la visione libera e immediata non solo del peso, ma anche dell'intera parte frontale e laterale della bilancia stessa (per verificare che non vi siano "zeppe" che alterino la pesatura).

ETICHETTATURA ALIMENTARE

(D. Lgs. n. 109/1002; D.L. n. 157/2004, convertito nella L. n. 204/2004)

L'etichettatura è l'insieme delle menzioni e delle indicazioni riportate non solo sull'etichetta apposta sul prodotto, ma anche sull'imballaggio o sul dispositivo di chiusura.

Nel campo alimentare l'etichetta rappresenta, per il consumatore, un'importante funzione di tutela in quanto è il principale strumento di scelta in riferimento alle proprie esigenze.

L'etichettatura deve, infatti, anche in fase di presentazione e pubblicità del prodotto, "assicurare la corretta e trasparente informazione del consumatore" ed in particolare:

- Non indurre in errore l'acquirente sulle caratteristiche del prodotto;
- Non attribuire al prodotto alimentare caratteristiche particolari;
- Non suggerire che il prodotto alimentare possiede caratteristiche particolari;
- Non attribuire al prodotto alimentare proprietà atte a prevenire, curare o guarire una malattia umana.

Le nuove definizioni:

- ❖ **La denominazione di vendita:** è la denominazione prevista per tale prodotto alimentare dalle disposizioni della Comunità Europea ad esso applicabili o, in mancanza, dalle disposizioni dell'ordinamento italiano;
- ❖ **Gli ingredienti:** si intende qualsiasi sostanza, compresi gli additivi, utilizzata nella fabbricazione o nella preparazione di un prodotto alimentare, ancora presente nel prodotto finito, anche se in forma modificata. L'indicazione degli ingredienti non è richiesta: a) nei prodotti costituiti da un solo ingrediente; b) negli ortofrutticoli freschi; c) nel latte e nelle creme di latte fermentate, nei formaggi e nel burro, d) nelle acque gassate; e) nelle acquaviti, nei distillati, nei mosti, nei vini e nelle birre con contenuto alcolico superiore a 1,2% in volume; f) negli aceti;
- ❖ **La quantità:** è la quantità netta di preimballaggio, vale a dire la quantità che esso contiene al netto della tara;
- ❖ **La sede dello stabilimento:** l'indicazione della sede dello stabilimento di fabbricazione o di confezionamento;
- ❖ **Il titolo alcolometrico:** il titolo alcolometrico volumico effettivo è il numero di parti in volume di alcole puro alla temperatura di 20° C contenuta in 100 parti in volume del prodotto considerato a quella temperatura;
- ❖ **Il lotto:** per lotto si intende un insieme di unità di vendita di una derrata alimentare, prodotte, fabbricate o confezionate in circostanze praticamente identiche;
- ❖ **Il termine minimo di conservazione:** è la data fino alla quale il prodotto alimentare conserva le sue proprietà specifiche in adeguate condizioni di conservazione; **esso va indicato con la dicitura "da consumarsi preferibilmente entro ..."**. Per i prodotti conservabili per meno di 3 mesi: viene indicato solo il giorno e il mese; per i prodotti conservabili per più di 3 mesi ma per meno di 18: viene indicato solo il mese e l'anno; per i prodotti conservabili per più di 18 mesi: viene indicato solo l'anno.

Il termine minimo di conservazione non è richiesto:

- ◆ Ortofrutticoli freschi;
- ◆ Vini e derivati dall'uva;
- ◆ Le bevande con contenuto alcolico pari o superiore al 10% in volume;

- ◆ Le bevande analcoliche, i succhi ed i nettari di frutta posti in recipienti individuali di capacità superiore a 5 litri destinati alle collettività;
- ◆ I prodotti della panetteria e della pasticceria;
- ◆ Gli aceti;
- ◆ Il sale da cucina;
- ◆ Gli zuccheri allo stato solido;
- ◆ I prodotti di confetteria consistenti quasi unicamente in zuccheri, edulcoranti, aromi quali caramelle;
- ◆ I gelati monodose.

La data di scadenza è necessaria sui prodotti alimentari preconfezionati che sono rapidamente deperibili dal punto di vista microbiologico e che possono costituire, dopo breve tempo, un pericolo per la salute umana.

La data di scadenza si esplica nella dicitura “da consumarsi entro...” seguita dalla data che deve comprendere il giorno, il mese ed eventualmente l'enunciazione delle condizioni di conservazione e, qualora prescritto, un riferimento alla temperatura in funzione della quale è stato determinato il periodo di validità.

E' vietata la vendita dei prodotti che riportano la data di scadenza a partire dal giorno successivo a quello indicato sulla confezione.

I prodotti sfusi sono i prodotti non preconfezionati o generalmente venduti previo frazionamento anche se originariamente preconfezionati, i prodotti confezionati sul luogo di vendita a richiesta dell'acquirente ed i prodotti preconfezionati ai fini della vendita immediata.

Nella vendita devono osservare i seguenti obblighi:

- Devono essere muniti di apposito cartello applicato ai recipienti od ai comparti in cui sono esposti;
- Il cartello deve riportare: a) la denominazione di vendita; b) l'elenco degli ingredienti salvo i casi di esenzione; c) le modalità di conservazione per i prodotti rapidamente deperibili; d) la data di scadenza per le paste fresche e le paste fresche con ripieno; e) il titolo alcolometrico volumico effettivo per le bevande con contenuto alcolico superiore a 1,2 % in volume; f) la percentuale di glassatura, considerata tara, per i prodotti congelati glassati.

I cartelli devono essere ben in vista ed a disposizione dell'acquirente, nonché in prossimità dei banchi di esposizione dei prodotti stessi.

SICUREZZA GIOCATTOLI (D. Lgs. n. 313/1991)

In questo settore vi è stato un ritocco alla normativa, che ha introdotto norme più stringenti nella vendita dei giocattoli, al fine di garantirne la massima sicurezza agli utilizzatori.

I giocattoli, pertanto, devono avere la marcatura CE apposta dal fabbricante o dal suo mandatario stabilito nella Comunità Europea. Con l'apposizione del marchio CE il fabbricante o il suo mandatario attesta sotto la sua responsabilità che il giocattolo è stato fabbricato in conformità alle norme stabilite dal D. Lgs. n. 313/91.

Nel caso di giocattoli di piccole dimensioni o componenti di elementi di piccole dimensioni, la marcatura Ce può essere apposta su un'etichetta o su un foglio informativo allegato al giocattolo: in quest'ultimo caso deve essere richiamata l'attenzione del consumatore sull'utilità di conservarla.