CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

netcomm

Con la collaborazione di:

FEDERAZIONE MODA ITALIA

CONFCOMMERCIO

L'E-COMMERCE NELLA MODA

—

TRA BUONE PRASSI E OBBLIGHI DI LEGGE

INDICE

Premessa

1. I primi passi nel web: aprire uno shop online

2. La regolamentazione dell'e-commerce

3. Fashion: regole per chi vende online

3.1 Tessili
3.2 Calzature
3.3 Terminologie specifiche: cuoio, pelle e pelliccia
3.4 Accessori moda (bigiotteria, cinture, ecc.....)
3.5 Occhiali da sole
3.6 Sicurezza generale dei prodotti

4. Le clausole tipo in tema di Recesso e Garanzie

4.1 Clausola di garanzia (forma sintetica)
4.2 Clausola di garanzia (formula estesa)
4.3 Responsabilità per danno da prodotti difettosi
4.4 Diritto di recesso
4.5 Modalità da seguire per l'esercizio del diritto di recesso
4.6 Tempi e modalità di rimborso
4.7 Condizioni per il cambio dei beni
4.8 Tempi e modalità per ottenere il cambio
4.9 Cartellino identificativo del prodotto
4.10 Esclusioni

5. La normativa sulla privacy

6. La tutela della proprietà intellettuale nelle vendite online di moda: l'esempio di Carta Italia

7. Check-list dell'e-commerce

Allegati

PREMESSA

Lo sviluppo del digitale nel commercio ha portato numerosi benefici per il mercato: gli utenti hanno il vantaggio di acquistare i prodotti senza la necessità di recarsi fisicamente nel punto vendita, usufruendo di una panoramica più libera, variegata e consapevole e le imprese hanno scoperto un nuovo modo di coltivare la relazione con il consumatore per creare un'esperienza di acquisto soddisfacente.
Con la diffusione degli smartphone e delle app di messaggistica veloce è, inoltre, più snella anche l'assistenza post-vendita, un tempo relegata a fanalino di coda del commercio e che oggi assume il ruolo di "alleato" del cliente, di supporto per il merchant e, se gestita bene, di mezzo per la fidelizzazione del consumatore.
Il mercato del commercio elettronico è in continuo sviluppo ed evoluzione e per questo ancora oggi rappresenta un territorio ove le regole non sono state metabolizzate in modo permanente dagli operatori. Nello specifico il settore dell'abbigliamento ha registrato un incremento annuo delle vendite on line a doppia cifra e al contempo manifesta peculiarità specifiche che necessitano di particolare attenzione.
Le imprese che si accingono a intraprendere la vendita on-line troveranno nel Vademecum una sorta di guida semplice ed immediata contenente gli elementi e le condizioni per poter gestire un sito di e-commerce nel settore moda, gli obblighi informativi del produttore e del distributore nei confronti del consumatore, gli errori più frequenti da evitare e le sanzioni in caso di violazione delle norme di legge, le clausole tipo della garanzia, del recesso e del reso per cambio merce corredate da "moduli tipo", la tutela della proprietà intellettuale nelle vendite on line e una check list per autovalutare la propria condotta.
In un quadro normativamente complesso per garantire la trasparenza dell'e-commerce diventa indispensabile fornire strumenti atti non solo ad informare ma anche a formare operatori virtuosi e consumatori consapevoli.
Questo vademecum, elaborato e redatto da Netcomm e dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, con la collaborazione di Federazione Moda Italia, nasce per facilitare l'applicazione della normativa e dare concreta attuazione alle funzioni di Regolazione del Mercato e Tutela del Consumatore da parte della Camera in qualità di Ente super partes e al tempo stesso risponde alle esigenze di compliance e buone prassi nel settore del fashion fortemente avvertite da Netcomm.

Carlo Sangalli
Presidente Camera di commercio
di Milano Monza Brianza Lodi

Roberto Liscia
Presidente Consorzio Netcomm

L'E-COMMERCE

Essere presenti nei canali digitali, creando nuove modalità di relazione con i consumatori e offrendo nuove opzioni di shopping, è oggi un elemento imprescindibile per qualsiasi azienda del settore della moda.
Il digitale apre le porte a nuovi consumatori e a nuove prospettive di business.
Con la stesura di questo vademecum ci siamo posti l'obiettivo di fornire ai brand e ai retailer della moda, che vogliono aprire o hanno un sito di e-commerce proprietario, una guida utile a ricordare le tante norme di settore in vigore, non solo relative alla disciplina delle vendite online, ma anche in tema di etichettatura e diritti dei consumatori.
Fare informazione sui diritti e doveri dei venditori e degli acquirenti contribuisce a far crescere il mercato in maniera trasparente e corretta.

1. I PRIMI PASSI NEL WEB: APRIRE UNO SHOP ONLINE

Decidere di aprire le porte del web per implementare un'attività di vendita che si affianchi a quella fisica o che la sostituisca integralmente, è una prassi sempre più frequente.
In linea generale, essere un merchant e vendere online non richiede il possesso di particolari autorizzazioni preventive o di altri titoli equivalenti.

Il Merchant che ha deciso di vendere online deve strutturare la propria attività curando due aspetti: da un lato la messa online dello store, dall'altro gli adempimenti amministrativi connessi all'avvio dell'impresa commerciale.

Se, infatti, il **Merchant non ha mai aperto un esercizio commerciale** in Italia, egli **deve**:

1. **Trasmettere** al Registro delle Imprese presso la Camera di commercio competente per territorio (dove è la sede legale dell'impresa) **la richiesta di iscrizione tramite la Comunicazione Unica** con la quale si effettuano con un unico deposito al Registro Imprese le domande e le denunce di competenza di RI, Agenzia delle Entrate per l'attribuzione del codice fiscale/partita IVA ed eventuali adempimenti INPS, INAIL

2. **Inviare la SCIA** (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) allo sportello SUAP del comune ove l'impresa intende avviare l'attività.

Se, invece, l'**impresa è già operativa** sul mercato con un punto fisico, e possiede già i permessi per la vendita nel settore di sua competenza, **è sufficiente provvedere all'aggiornamento dei dati** presso la Camera di commercio **con la procedura telematica Comunica** avvisando contestualmente anche l'Agenzia delle Entrate inserendo il codice Ateco relativo al commercio via internet.

PER APPROFONDIMENTI
Registro delle Imprese della Camera di commercio di Milano Monza Brianza e Lodi

2. LA REGOLAMENTAZIONE DELL'E-COMMERCE

Le informazioni obbligatorie sul titolare del sito

Nella gestione del sito e-commerce, rivestono un ruolo molto importante i contenuti. Oltre agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, ne esistono di generali che devono essere esposti in maniera chiara e ben visibile sul portale.

Le informazioni generali obbligatorie (*art. 7 D.lgs. 70/2003*) da rendere, a titolo esemplificativo, sono:

- **nome, denominazione o ragione sociale dell'impresa;**
- **domicilio o sede legale dell'impresa;**
- **estremi che permettono di contattare rapidamente l'impresa e di comunicare direttamente ed efficacemente con la stessa, compreso l'indirizzo di posta elettronica;**
- **numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;**
- **numero della partita IVA;**

Per la carenza di tali informazioni, l'art. 21 del D.lgs. 70/2003, prevede il pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria da 103 euro a 10.000 euro e nei casi di particolare gravità o di recidiva i limiti minimo e massimo sono raddoppiati. Competenti all'accertamento di tali violazioni sono gli organi di polizia amministrativa che vi provvedono d'ufficio o su segnalazione.

Per le società di capitali, devono, inoltre, essere riportate sul sito web aziendale, in aggiunta a quelle sopracitate, le seguenti indicazioni (art 2250 c.c.):

- **il capitale sociale versato ed effettivamente esistente**
- **l'eventuale stato di messa in liquidazione**
- **l'eventuale esistenza di un socio unico**

Gli obblighi di informazione nei contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dai locali commerciali (*art. 49 Cod. cons.*) da rendere anche sul sito web, sono, a titolo esemplificativo i seguenti:

- **Le caratteristiche principali dei beni o servizi, nella misura adeguata al supporto e ai beni o servizi**
- **I prezzi di vendita, nonché l'indicazione dell' IVA (inclusa o esclusa) e delle tasse;**
- **Le modalità di pagamento, consegna ed esecuzione, la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare i servizi e, se del caso, il trattamento dei reclami da parte del professionista;**
- **Il diritto di recesso;**
- **L'esistenza della garanzia legale dei beni;**
- **L'esistenza di codici di condotta;**
- **La durata del contratto;**
- **La possibilità di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di reclamo e ricorso cui il professionista è soggetto e le condizioni per avervi accesso.**

La nota d'ordine

Il processo di vendita online inizia con una nota d'ordine, all'interno della quale il cliente manifesta l'intenzione di accettare l'offerta di beni pubblicata online, e prosegue con il pagamento del prezzo e la consegna del prodotto o servizio acquistato.
I contenuti della nota d'ordine sono:
• identificazione delle parti;
• oggetto, ossia servizio/bene acquistato e relative caratteristiche;
• prezzo comprensivo di imposte, tasse e spese di spedizione;
• presa visione e accettazione delle condizioni generali e dell'informativa privacy;
• eventuali indicazioni aggiuntive (tempi di spedizione, ecc....).

La conferma dell'ordine

Il venditore, ai sensi degli artt. 50 e 51 Cod. Cons., dopo la conclusione del contratto, oltre a dare al consumatore le informazioni obbligatorie, deve consegnare una copia delle stesse, insieme al riepilogo dell'ordine. Ciò può avvenire con supporto cartaceo o, se il consumatore è d'accordo, con altro supporto durevole (ad esempio, inoltrate in pdf per posta elettronica).

RIFERIMENTI NORMATIVI
D.lgs. 70/2003
Codice del Consumo (D.lgs. 206/2005)
Regolamento 524/2013

La cura del cliente e la fase post-vendita

Un aspetto molto importante per la riuscita del progetto di e-commerce è la creazione di un buon assetto di gestione del post-vendita, al fine di offrire supporto al consumatore.
Il primo passo è la corretta indicazione dell'indirizzo e-mail da contattare, o del recapito telefonico dedicato, unitamente ai giorni ed orari di assistenza ed ai tempi di risposta.
Il secondo strumento è una buona formazione delle risorse aziendali, o esterne, che si occupano della gestione della fase post-vendita.

PER APPROFONDIMENTI
Per scambi fuori dal territorio nazionale: *Associazione Italiana Commercio Estero*

La risoluzione delle controversie online

Quando il customer care non riesce a risolvere un reclamo ricevuto dal consumatore insoddisfatto, si aprono due scenari: arrivare dinanzi ad un giudice, che studiato il caso decida chi, delle parti, ha effettivamente ragione, oppure cercare di risolvere bonariamente la questione insorta, in modo stragiudiziale, grazie ad organismi di media-conciliazione in grado di fornire supporto e assistenza nelle dispute fra merchant e cliente.
Nella prima eventualità, la competenza alla risoluzione della controversia sarà del giudice del luogo di residenza o domicilio del consumatore, se ubicato in Italia (art. 66-bis Cod. Cons).
Nella seconda ipotesi, invece, ci si può avvalere di strumenti efficaci che agevolano il dialogo e il raggiungimento di un accordo extra-giudiziale.

La Online Dispute Resolution

Dal 2013 l'UE sta lavorando intensamente per favorire una riduzione del numero dei giudizi presso i tribunali e stimolare l'adozione di strumenti per la risoluzione delle controversie nascenti dall'esecuzione del contratto online.
Il Regolamento (UE) n. 524/2013 fa propri questi obiettivi e ha introdotto una piattaforma digitale per risolvere i disservizi fra consumatori e aziende (Online Dispute Resolution – ODR).
Tale piattaforma, è disponibile online a questo link: *https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=IT*.
Della possibilità di usufruire dello strumento sopracitato deve essere obbligatoriamente informato il cliente nel testo delle condizioni generali di vendita o mediante banner sul sito web aziendale.

La conciliazione paritetica

Con l'obiettivo di offrire un servizio utile al mercato, Consorzio Netcomm e le principali associazioni italiane di consumatori, hanno implementato un servizio di risoluzione alternativo delle controversie operativo nell'ambito del commercio elettronico italiano (*la Conciliazione Paritetica Netcomm AACC*).
Grazie all'accordo, il consumatore che ha avuto un disservizio con un sito del Consorzio, può ricorrere alla conciliazione per risolvere in via bonaria la questione insorta prima di ricorrere al Tribunale, inviando a Netcomm una apposita istanza (domanda di conciliazione) ove si indica, oltre le proprie generalità e quelle della parte nei confronti della quale si indirizza la domanda, anche una generica esposizione dei fatti.
A questo punto Netcomm contatta il Merchant, si istituisce la c.d. Commissione di Conciliazione con due soggetti (Conciliatori) nominati dalle parti e il caso viene discusso.
La procedura è libera e gratuita, coperta da riservatezza e non è necessaria la presenza dell'avvocato.

Risolvionline.com

RisolviOnline.com è un servizio della Camera Arbitrale di Milano di risoluzione online delle controversie commerciali tra consumatori e imprese/professionisti oppure tra imprese/professionisti indipendentemente dalla residenza o sede geografica. Non rientra nelle previsioni del Decreto Legislativo 28/2010.
Consiste in un sistema di risoluzione alternativo delle controversie attivabile da colui che ha acquistato o venduto un bene o servizio e qualcosa è andato storto; si può scegliere tra avviare con la controparte una trattativa facilitata da un mediatore neutrale oppure chiedere direttamente al terzo neutrale una proposta di soluzione.
Il procedimento si svolge unicamente tramite modalità telematiche e le parti possono partecipare al procedimento di persona o possono farsi assistere da consulenti, legali o persone di fiducia.
Le parti sono tenute al rispetto delle istruzioni fornite dal facilitatore e se raggiungono un accordo questo viene formalizzato e acquisisce valore di contratto.

VAI ALL'INDICE

3. FASHION: REGOLE PER CHI VENDE ONLINE

Chi fa e-commerce nel fashion, oltre agli obblighi "generali" di legge, deve rispettare altre stringenti ma importanti normative di settore. È il caso della normativa europea relativa all'etichettatura dei prodotti tessili, o assimilati, che fissa i requisiti necessari alla loro messa a disposizione sul mercato comunitario. Ciò garantisce che il consumatore, grazie all'etichetta, sia in grado di effettuare una scelta consapevole.

3.1 TESSILI

Per **PRODOTTI TESSILI** si intendono tutti i prodotti che - allo stato grezzo, di semilavorati, di lavorati, semi-manufatti, manufatti, semi-confezionati o confezionati - sono composti esclusivamente da fibre tessili, qualunque sia il procedimento di mischia o di unione utilizzato.

Chi è tenuto ad osservare la normativa sui prodotti tessili?

La normativa si rivolge a tutti coloro che producono, importano o distribuiscono prodotti tessili, dalle materie prime al prodotto finito, a titolo oneroso o gratuito.

Definizioni: prodotti tessili e assimilati ai prodotti tessili

Per tutti i prodotti tessili e i prodotti assimilati messi a disposizione sul mercato vi è l'obbligo di indicare la loro composizione fibrosa.

Sono, invece, assimilati ai prodotti tessili:

1. I prodotti le cui fibre tessili costituiscano almeno l'80% in peso;

2. I rivestimenti di mobili, ombrelli e ombrelloni le cui parti tessili costituiscano almeno l'80% in peso;

3. Le parti tessili:
- dei rivestimenti di materassi;
- dello strato superiore dei rivestimenti multistrato per pavimenti;
- dei rivestimenti degli articoli da campeggio;
  purché tali parti tessili costituiscano **almeno l'80% in peso** di tali strati superiori o rivestimenti;

4. Tutti i prodotti tessili incorporati in altri prodotti di cui siano parte integrante, qualora ne venga specificata la composizione.

Le esclusioni

Non esiste obbligo di indicare la composizione fibrosa solo per alcune categorie di prodotti elencati nell'allegato V del Regolamento UE 1007/2011.
Si tratta, ad esempio, di:
- Prodotti tessili confezionati usati, purché esplicitamente dichiarati tali
- Cinturini in materia tessile per orologio
- Fiori artificiali
- Articoli di materia tessile da viaggio
- Astucci per il trucco
- Giocattoli
- Puntaspilli
- Tele dipinte
- Articoli tessili per animali
- Chiusure lampo
- Bottoni e fibbie ricoperti di materia tessile (ecc)

L'informazione nell'e-commerce di prodotti tessili

Il Regolamento UE 1007/2011 disciplina nel dettaglio le modalità con cui deve essere riportata la composizione fibrosa di un prodotto tessile; l'informazione, in ogni caso deve essere leggibile, visibile e chiara per il consumatore **prima dell'acquisto** anche **se effettuato per via elettronica**, per consentire al consumatore un acquisto consapevole.

Come?

Le informazioni devono essere facilmente accessibili, visibili, leggibili:
- La composizione fibrosa o il link alla stessa deve trovarsi nelle immediate vicinanze della descrizione/foto del prodotto e del prezzo;
- Le informazioni sulla composizione fibrosa devono essere separate dalle altre informazioni;
- Le informazioni devono essere redatte almeno in lingua italiana

Le informazioni devono essere chiare e univoche

- Per fornire i dati della composizione fibrosa si utilizzano le denominazioni, per esteso, delle fibre elencate nell'allegato I del Regolamento UE 1007/2011;
- Le fibre, precedute dalla percentuale in peso, devono essere elencate in ordine decrescente;
- Nel caso di prodotto che contenga più componenti tessili con diversa composizione fibrosa occorre fornire separatamente le informazioni sulla composizione di ciascuna parte;
- Nel caso il capo tessile contenga parti non tessili di origine animale, occorre fornire l'indicazione "Contiene parti non tessili di origine animale".

Gli errori più frequenti da evitare per non incorrere in sanzioni

- Le denominazioni fibrose vengono indicate con sigle o abbreviazioni non ammesse;
- Le fibre vengono indicate in ordine crescente di peso, l'ordine corretto è quello decrescente;
- La composizione è generica e si trova all'interno di un testo descrittivo del prodotto mentre è corretto riportare le indicazioni sulla composizione fibrosa separatamente dalle altre informazioni;
- La composizione non riporta dati quantitativi, non rendendo possibile conoscere la quantità in percentuale di fibre presenti;
- Vengono utilizzate, al posto delle denominazioni fibrose dell'allegato I del Regolamento UE 1007/2011, marchi privati, denominazioni commerciali delle fibre. Si tratta di informazioni aggiuntive che vanno, eventualmente, indicate separatamente.
- Le indicazioni vengono fornite in lingua straniera mentre è obbligatoria la lingua italiana;
- Vengono utilizzati diminutivi, termini errati, imprecisi, diversi dalle denominazioni fibrose dell'allegato I del Regolamento UE 1007/2011.

Il livello di informazione fornito da produttori/importatori/distributori sul prodotto acquistabile on line deve essere pari a quello fornito con l'etichetta o con il contrassegno quando l'offerta avviene in un luogo fisico.

Le informazioni "qualitative"

Al consumatore, oltre alle informazioni obbligatorie sulla composizione fibrosa previste dal Regolamento UE 1007/2011, possono essere fornite anche altre indicazioni, dotate di una forte valenza commerciale, purché siano nettamente separate da quelle obbligatorie e veritiere.
Ad esempio:
1. Qualità delle fibre utilizzate;
2. Caratteristiche prestazionali;
3. Informazioni eco-tossicologiche.

I dati qualitativi, poi, possono essere, suddivisi in tre categorie:

- Qualificativi che riguardano **la fase di produzione delle fibre tessili** (es. pettinato, lavato...);
- Qualificativi che riguardano **la qualità delle fibre tessili** (ad es. superfino);
- Qualificativi rappresentati **da marchi registrati o denominazioni commerciali** (es. Lycra, Tactel, Meraklon, Kermel, Trevira, Protex, Outlast, Dorlastan, Woolmark).

Denominazioni specifiche

È importante notare che i termini "100%" oppure "puro" o ancora "tutto" si riferiscono, ai prodotti tessili composti interamente da una fibra .
La denominazione "lana vergine" identifica i prodotti fabbricati con lana mai utilizzata in precedenza; il "misto lino" designa i prodotti che comportano un ordito di puro cotone e una trama di puro lino e con una percentuale di lino pari ad almeno il 40% del peso totale del tessuto sbozzimato; infine l'indicazione "altre fibre",

immediatamente preceduta o seguita dalla loro percentuale totale in peso, riunisce tutte quelle fibre, che, non potendo essere facilmente identificate al momento della fabbricazione, complessivamente, non superano il 15% del peso totale del prodotto tessile e, singolarmente, fino al 5% dello stesso.

PER APPROFONDIMENTI
Brochure etichettatura

Le informazioni sulla manutenzione

Sebbene non siano obbligatorie sono estremamente utili e se fornite devono essere corrette e rispondenti alle caratteristiche prestazionali del prodotto.
I simboli da utilizzare sono stabiliti dalla norma tecnica UNI EN ISO 3758/2005.
Tale norma tecnica prevede un sistema di segni grafici (pittogrammi) che l'azienda può decidere di utilizzare. Tali pittogrammi sono stati registrati come marchi da GINETEX, conseguentemente l'uso di detti segni non è libero, ma subordinato ad una licenza d'uso concessa da parte di GINETEX stessa (*http://www.ginetex.net/*).

Controlli

Il **Ministero dello Sviluppo Economico e delle Politiche Sociali è l'Autorità nazionale di sorveglianza del mercato**.
I controlli sono eseguiti dalle Camere di Commercio, dagli uffici territoriali del Ministero dello Sviluppo Economico e delle Politiche sociali, dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, dalla Guardia di Finanza e dagli ufficiali e agenti di polizia giudiziaria.
I controlli possono essere di tipo visivo/formale o fisici.
I primi sono volti a verificare che la composizione fibrosa dei prodotti sia riportata secondo le modalità indicate dal Regolamento UE 1007/2011.
I secondi sono volti a verificare che la composizione fibrosa del prodotto prelevato secondo le modalità previste dal DPR 515/76, sia conforme a quella dichiarata dal fabbricante/importatore.

In caso di accertamento di violazione:
gli organi di controllo procedono ad elevare verbale di contestazione, ex legge 689/81 e successive modifiche e integrazioni, nei confronti degli amministratori dell'impresa cui è riconducibile il sito di vendita dei prodotti controllati;
l'autorità di vigilanza assegna un termine perentorio di 60 giorni per la regolarizzazione o il ritiro dei prodotti dal mercato.

RIFERIMENTI NORMATIVI
Regolamento UE 1007/2011
D.lgs 194/99
Legge 883/73
DPR 515/76
D.lgs 190/2017

Sanzioni

In un'ottica di valorizzazione dei prodotti che recano una corretta informativa sulla composizione del prodotto, il decreto legislativo n. 190 del 15 novembre 2017 entrato in vigore il 4 gennaio 2018, ha rivisto il sistema sanzionatorio in applicazione del Regolamento UE 1007/2011, introducendo:
• Una sanzione amministrativa pecuniaria **da 1.500 euro a 20.000 euro** per il fabbricante, l'importatore o il distributore, che all'atto della messa a disposizione sul mercato di un prodotto tessile **sui siti web** non fornisca le indicazioni sulla composizione fibrosa previste dal Regolamento UE 1007/2011;
• Una sanzione ammnistrativa pecuniaria **da 3.000 a 20.000 euro** per i soggetti che non ottemperano ai provvedimenti di regolarizzazione o ritiro dei prodotti emessi dall'autorità di vigilanza.

LINK UTILI
Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi
Ministero dello Sviluppo Economico e delle Politiche Sociali
Unioncamere
Assocalzaturifici
Federazione Moda Italia
Consorzio Netcomm

3.2 CALZATURE

Le calzature offerte in vendita al consumatore devono essere accompagnate dalle informazioni sulla composizione, al fine di consentire una scelta consapevole prima dell'acquisto.
Anche l'operatore economico che offre in vendita calzature sui siti web ha i medesimi obblighi informativi degli altri operatori economici. La composizione, infatti, delle calzature può essere comunicata o per esteso, mediante indicazioni scritte in lingua italiana, oppure utilizzando i pittogrammi stabiliti dalla normativa.
Nel caso in cui vengano utilizzati i pittogrammi, in prossimità degli stessi dovrà essere disponibile una legenda esplicativa.

I materiali di cui è composta ciascuna parte della calzatura devono essere riportati in modo chiaro, ben visibile e leggibile e possono essere:

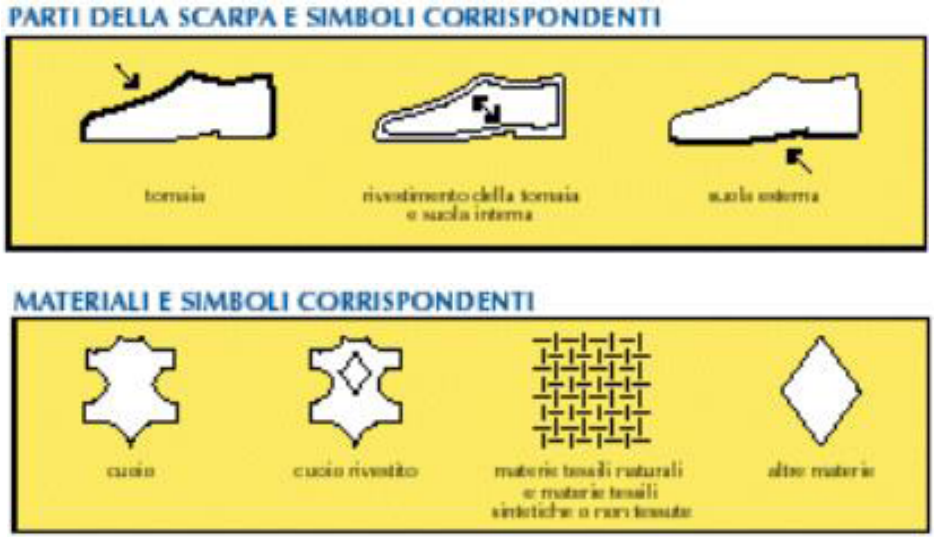
- il cuoio (pelle o pellame di un animale che conserva la struttura fibrosa originaria, debitamente conciato per evitare la marcescenza);
- il cuoio rivestito (strato molto sottile di cuoio accoppiato con altro materiale pressato, come cartone, gomma e stoffa);
- le materie tessili (naturali e sintetiche o non tessute);
- altre materie (para o gomma).

Le parti della calzatura di cui è necessario fornire la composizione sono:

- **la tomaia** (deve essere indicato il materiale che costituisce almeno l'80 % della superficie della tomaia)
- **il rivestimento esterno** della tomaia e suola interna (deve essere indicato il materiale che costituisce almeno l'80 % del rivestimento della tomaia e suola interna)
- **la suola esterna** (deve essere indicato il materiale che costituisce almeno l'80 % del volume della suola esterna).

Se nessun materiale raggiunge tale limite, occorre fornire indicazioni sulle due componenti principali dell'articolo.

Simbologia utilizzata



Controlli

Le funzioni di vigilanza sono **attribuite al Ministero dello Sviluppo Economico e delle Politiche Sociali** che le esercita attraverso le Camere di Commercio, avvalendosi eventualmente della collaborazione degli enti aventi specifiche competenze in materia, e sottoposti a vigilanza da parte del Ministero stesso, nonché degli ufficiali e degli agenti di polizia giudiziaria.
I controlli possono essere di tipo visivo/formale o fisici. I primi sono volti a verificare gli aspetti inerenti la composizione ovvero la presenza e la corretta indicazione delle informazioni obbligatorie di composizione del prodotto.
I secondi sono volti a definire, tramite specifiche analisi di laboratorio la reale composizione del prodotto prelevato e la corrispondenza con le informazioni fornite.

Sanzioni

Il decreto legislativo n. 190 del 15 novembre 2017, entrato in vigore il 4 gennaio 2018, ha finalmente introdotto nell'ordinamento un apparato **sanzionatorio**, valorizzando quei prodotti che recano una corretta informativa. In particolare il decreto sopracitato prevede le seguenti sanzioni pecuniarie amministrative:

Importatori/fabbricanti

- Da 3.000 euro a 20.000 euro per l'immissione sul mercato di calzature prive dell'indicazione della composizione;
- Da 1.500 euro a 20.000 euro per l'immissione sul mercato di calzature con composizione diversa da quella dichiarata, relativamente ai materiali usati nei principali componenti delle calzature o con composizione non conforme a quanto disposto dall'art. 4, commi 1,2,3,4, della Direttiva 94/11/CE;
- Da 1.500 euro a 20.000 nel caso di utilizzo di una lingua diversa dall'italiano o da altra lingua ufficiale dell'UE.

Distributori

- Da 700 euro a 3.500 euro per l'offerta in vendita di calzature prive dell'indicazione della composizione;
- Da 200 euro a 1.000 euro nel caso di violazione dell'obbligo di informare correttamente il consumatore finale del significato della simbologia (relativa al materiale di composizione di tomaia, rivestimenti interni e suola) adottata.

È inoltre prevista una sanzione amministrativa pecuniaria da 3.000 euro a 20.000 euro per i soggetti che non ottemperano ai provvedimenti di regolarizzazione o ritiro dei prodotti emessi dall'autorità di vigilanza. Infatti, in caso di mancata indicazione della composizione o di indicazione della composizione non conforme, viene assegnato dall'Autorità di vigilanza un termine perentorio per la regolarizzazione. Decorso inutilmente tale termine, l'Autorità emette un decreto motivato di ritiro dal mercato delle calzature.

RIFERIMENTI NORMATIVI

Direttiva UE 94/11
D.M. 11/04/1996 ***cosi come modificato dal*** *D.M. 30/01/2011*
D.lgs 190/2017

LINK UTILI

Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi
Ministero dello Sviluppo Economico e delle Politiche Sociali
Unioncamere
Assocalzaturifici
Federazione Moda Italia
Consorzio Netcomm

SUGGERIMENTI

Presso il punto vendita deve essere esposto in modo visibile al pubblico il cartello con la simbologia.
Vedi esempi:
Cartellone Calzature Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi
Cartellone Calzature Federazione Italiana Moda

3.3 TERMINOLOGIE SPECIFICHE: CUOIO, PELLE E PELLICCIA

Spesso, nel settore "fashion", vengono utilizzati componenti le cui denominazioni costituiscono definizioni legali. E' il caso dei componenti "cuoio, pelle, pelliccia". **La normativa che regola l'utilizzo di tali termini, è la Legge 16 dicembre 1966 n. 1112.** Le indicazioni **"cuoio"**, **"pelle"**, i termini che ne derivano o loro sinonimi sono riservati esclusivamente ai prodotti ottenuti dalla lavorazione di spoglie di animali sottoposte a trattamenti di concia o impregnate in modo tale da conservare inalterata la struttura naturale delle fibre, nonché agli articoli con esse fabbricati. L'indicazione **"pelliccia"**, i termini che ne derivano o loro sinonimi sono riservati unicamente alle spoglie di animali sottoposte ad un trattamento di concia o impregnate in modo tale da conservare inalterata la struttura naturale delle fibre, o gli articoli con esse fabbricati.

Divieti

È vietata la messa in vendita o commercio, con i termini cuoio, pelle, pelliccia, di prodotti che non siano ottenuti unicamente da spoglie animali, sottoposte ai rispettivi trattamenti consentiti e lavorate appositamente per conservarne le specifiche caratteristiche naturali. Tale divieto si applica anche nel caso in cui al posto dei termini richiamati siano usati denominazioni derivate o sinonime.

Sanzione

Nel caso di violazione nell'uso dei termini sopraripportati è prevista una sanzione amministrativa n**on inferiore a 30,00 euro e non superiore a 774,00 euro**.

RIFERIMENTI NORMATIVI

Legge 16 dicembre 1966 n. 1112

LINK UTILI

UNIC

Federazione Moda Italia

3.4 ACCESSORI MODA (BIGIOTTERIA, CINTURE, ECC)

Come per la generalità dei prodotti che non rientrano nelle categorie per le quali esiste una normativa specifica (quali ad esempio tessili e calzature), anche per gli accessori moda il **Codice del Consumo, D. Lgs. 206/2005**, prevede obblighi informativi nei confronti del consumatore finale.
In particolare, l'art. 6 stabilisce che devono essere fornite, in lingua italiana, tra le altre, indicazioni relative:

- alla denominazione legale o merceologica del prodotto; all'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente;
- ai materiali impiegati ed ai metodi di lavorazione ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto;
- alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso, ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto.

RIFERIMENTI NORMATIVI

Regolamento (UE) 2016/425

D.lgs. 475/92

3.5 OCCHIALI DA SOLE

Si tratta di dispositivi di protezione individuale di prima categoria, ovvero dispositivi di progettazione semplice che hanno la funzione di proteggere da rischi di danni per la salute della persona di lieve entità quale l'azione lesiva dei raggi solari. Sono disciplinati dal **D.lgs 475/1992 e dal recente Regolamento UE 2016/425**.
In particolare, anche gli occhiali da sole offerti in vendita sui siti web devono recare una serie di informazioni quali:

- la marcatura CE
- un numero di tipo, di lotto, di serie o qualsiasi elemento che ne consenta l'identificazione;
- il nome, la denominazione commerciale registrata o il marchio registrato e l'indirizzo postale del fabbricante/importatore al quale può essere contattato;
- l'indicazione della classe di protezione;
- le istruzioni ed informazioni sulla sicurezza in lingua italiana e facilmente comprensibili per i consumatori;
- la dichiarazione di conformità UE o l'indirizzo internet dove è possibile accedere alla dichiarazione di conformità UE.

Le funzioni di vigilanza sulla sicurezza dei DPI spettano al Ministero dello Sviluppo Economico e delle Politiche Sociali, che si avvale della Guardia di Finanza, delle Camere di Commercio e di altri organi di polizia

3.6 SICUREZZA GENERALE DEI PRODOTTI

È bene ricordare che, oltre agli obblighi informativi, la normativa stabilisce requisiti di sicurezza. Per alcuni prodotti (ad esempio gli occhiali da sole) la normativa è specifica mentre per le altre categorie di prodotti valgono gli obblighi generali stabiliti dagli artt. 102-112 del codice del consumo, d.lgs 206/2005.In particolare, possono essere messi a disposizione sul mercato solo prodotti sicuri: i prodotti offerti in vendita al consumatore finale non devono presentare alcun rischio per la salute e la sicurezza, o devono presentare solo rischi minimi e accettabili compatibili con un livello elevato di tutela della salute e della sicurezza delle persone.Si evidenzia che, per condividere in tutta l'UE le informazioni sui prodotti di consumo pericolosi (esclusi alimentari, farmaci e dispositivi medici) è stato istituito il Rapex , ovvero un sistema di allerta rapido dell'Unione europea grazie al quale le Autorità nazionali degli Stati membri notificano alla Commissione europea i prodotti che presentano un rischio grave per la salute e la sicurezza dei consumatori.E' recente l'intesa tra la Commissione UE e i `big´ dello shopping on line per rimuovere rapidamente dalla vendita su internet i prodotti pericolosi. Le quattro piattaforme che hanno sottoscritto l'accordo, infatti, si impegnano a reagire più velocemente alle notifiche di prodotti non sicuri venduti sul loro sistema, rispondendo entro 2 giorni lavorativi nel caso di segnalazioni da parte delle autorità degli stati membri, ed entro 5 giorni quando queste provengono dagli utenti.

RIFERIMENTI NORMATIVI

Codice del Consumo

PER APPROFONDIMENTI SULLA SICUREZZA TESSILE

è possibile richiedere all'indirizzo e mail *tutela.fedepubblica@mi.camcom.it* la relativa Guida con i riferimenti utili per i produttori.

4. LE CLAUSOLE TIPO IN TEMA DI RECESSO E GARANZIE

Per essere certi che il Consumatore possa ampiamente disporre dei suoi diritti e che il Merchant possa adottare una prassi che sia anche rispondente nel miglior modo possibile ai suoi interessi di business, occorre impostare bene le condizioni generali di vendita. Nel fashion, in particolare, due passaggi importanti sono rappresentati dal promemoria sulla garanzia legale e sul recesso.
Qui di seguito si suggeriscono alcune clausole tipo che possono essere adottate dai Merchant che vendono accessori e moda online.

4.1 CLAUSOLA DI GARANZIA (FORMA SINTETICA)

Tutti i beni venduti da ..... sono coperti dalla garanzia di 2 anni per i difetti di conformità, ai sensi degli artt. 128 e ss del Titolo III del D.lg. 206/2005. Per usufruire della garanzia, il Consumatore è chiamato ad esibire la fattura, ovvero la ricevuta di pagamento, indicare in modo specifico e contestuale il bene per il quale si richiede l'applicazione della garanzia legale (a tal fine è sufficiente menzionare la descrizione o indicare il codice prodotto inserito sulla ricevuta/fattura) e se si vuole richiedere la riparazione, la sostituzione o il rimborso.
Il Consumatore, a pena di decadenza, è tenuto a denunciare il difetto di conformità entro e non oltre 2 mesi dalla scoperta del difetto medesimo.
La garanzia sarà valida ed efficace purché il bene sia stato utilizzato in modo corretto, secondo l'uso cui è destinato e nel rispetto di quanto è previsto nelle istruzioni d'uso e lavaggio contenute nell'etichetta del bene o, comunque fornite insieme al bene.
Il Venditore..... qualora riscontri vizi di conformità, garantirà il ripristino, la riparazione o la sostituzione senza spese, impegnandosi al pagamento delle spese di riconsegna del bene al Consumatore.
Nel caso in cui, per qualsiasi motivo, non risulti possibile il ripristino della conformità e della funzionalità del bene mediante riparazione o sostituzione, ovvero ove la riparazione o la sostituzione fossero, anche in ragione del valore del bene, eccessivamente onerose, il Consumatore avrà diritto ad una riduzione del prezzo di acquisto o alla risoluzione del contratto con restituzione dell'intero importo pagato.

4.2 CLAUSOLA DI GARANZIA

(FORMULA ESTESA)

Il Venditore garantisce al Consumatore, ai sensi e per gli effetti della Direttiva europea 44/99/CE e del Decreto legislativo n. 206/2005 (Codice del Consumo) che, i beni saranno privi di difetti di progettazione e di difetti dei materiali nonché conformi alle descrizioni pubblicate sul sito internet per un periodo di 2 anni dalla data di consegna dei beni al Consumatore. È esclusa l'applicazione di qualsiasi garanzia in caso di utilizzo o lavaggio del bene non conforme a quello proprio del bene e alle istruzioni/avvertenze in merito fornite dal Venditore e/o dal Titolare, ovvero riportate nella documentazione illustrativa di riferimento, nei cartellini o nelle etichette. Si precisa che, ai sensi dell'art. 132 del Codice del Consumo, i difetti che si manifestino entro 6 mesi dalla consegna del bene si presumono esistenti sin dall'origine. E' quindi escluso l'onere della prova di corretto uso dello stesso da parte del Consumatore.A pena di decadenza dalla presente garanzia, il Consumatore ha l'onere di denunciare eventuali difetti e non conformità entro e non oltre 2 mesi dalla scoperta, trasmettendo all'indirizzo del Venditore, a mezzo e-mail ..... l'apposito ***modulo di assistenza in garanzia***. messo a disposizione del Consumatore nell'area riservata o inviato per email, correttamente compilato, con l'indicazione del difetto e/o delle non conformità riscontrati, nonché la relativa documentazione indicata nel modulo medesimo (almeno n. 1 fotografia del bene, la conferma dell'ordine trasmessa dal Venditore e/o la ricevuta fiscale).Resta valida qualunque altra dichiarazione da cui risulti in modo inequivocabile la denuncia del difetto. A seguito del ricevimento del modulo/dichiarazione e della relativa documentazione richiesta in via preliminare, il Venditore valuterà se, all'apparenza, i difetti e le non conformità denunciati dal Consumatore tramite il servizio di assistenza del Titolare siano o meno correlati alla garanzia di conformità, dandone comunicazione al Consumatore mediante posta elettronica indicata nel modulo, nonché ad autorizzare la restituzione del/i bene/i indicando il "Codice di Reso". Tale codice dovrà essere apposto sul modulo di restituzione del bene, che sarà inserito in copia all'interno del pacco.L'eventuale valutazione negativa da parte del Venditore sarà adeguatamente motivata nella email di risposta.L'autorizzazione a restituire i beni non costituirà in alcun modo riconoscimento di difetti o non conformità, che sarà invece accertata solo successivamente al rientro dei beni in magazzino. I beni di cui il Venditore abbia autorizzato la restituzione dovranno essere resi dal Consumatore mediante corriere convenzionato a carico del Venditore o a spese del Consumatore, se con altro mezzo. Nel pacco dovrà essere inserito il bene, possibilmente con imballo originale se ancora conservato, copia della comunicazione di autorizzazione alla restituzione e copia del ***modulo di "Reso bene per assistenza in garanzia"*** recante il "Codice di reso". Il Consumatore spedirà i beni entro 14 giorni dalla denuncia del difetto o della non conformità. Qualora non si riscontri alcun difetto, il bene sarà restituito entro 30 giorni dal ricevimento, con addebito delle spese di consegna a carico del Consumatore. Qualora si riscontri l'effettiva esistenza del difetto, il Venditore, entro 10 giorni dal ricevimento, proporrà al Consumatore uno dei seguenti rimedi:

1. riparazione, senza spese;
2. sostituzione, senza spese;
3. riduzione del prezzo;
4. rimborso integrale del prezzo pagato, con trattenuta del bene presso il magazzino.

- Qualora sia scelto dal Consumatore il rimedio della sostituzione del bene o rimborso parziale del prezzo pagato, la rispedizione del bene al Consumatore sarà effettuata a carico del Venditore nei successivi 10 giorni.

- Qualora sia scelto dal Consumatore il rimedio della riparazione del bene, previo intervento in assistenza, il Venditore comunicherà al Consumatore l'esito dell'avvenuta riparazione entro i successivi 20 giorni. La rispedizione al Consumatore, a carico del Venditore, avverrà nei successivi 10 giorni.

- Qualora il Venditore sia tenuto a rimborsare al Consumatore integralmente il prezzo pagato, il rimborso verrà effettuato, ove possibile, mediante il medesimo mezzo di pagamento utilizzato dal Consumatore all'atto dell'acquisto del bene o mediante bonifico bancario entro i 14 giorni successivi alla comunicazione di rimborso o alla trasmissione degli estremi bancari.Sarà quindi onere del Consumatore comunicare al Venditore, all'indirizzo ....., gli estremi bancari per effettuare il bonifico a suo favore.

4.3 RESPONSABILITÀ PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI

Per quanto riguarda eventuali danni provocati da difetti dei beni, si applicano le disposizioni di cui alla direttiva europea 85/374/CEE e al Decreto legislativo italiano n. 206/2005 (Codice del Consumo).

4.4 DIRITTO DI RECESSO

Ai sensi dell'art. 52 del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206 "Codice del Consumo", il Consumatore ha diritto di recedere dal contratto concluso on line con il Venditore senza alcuna penalità e senza dover fornire alcuna motivazione, entro 14 giorni dal giorno in cui, il Consumatore o un terzo diverso dal vettore e designato dal Consumatore, ha ricevuto il bene (capi di abbigliamento) acquistato sul sito web: www.....com. Nel caso di acquisto, mediante un solo ordine, di più beni o di beni multipli consegnati separatamente, il termine di 14 giorni decorre dal momento in cui il Consumatore o un terzo diverso dal vettore e designato dal Consumatore, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo bene.

4.5 MODALITÀ DA SEGUIRE PER L'ESERCIZIO DEL DIRITTO DI RECESSO

Ai sensi dell'art. 54 del Codice del Consumo, il diritto di recesso potrà essere esercitato utilizzando, a scelta del Consumatore, una delle seguenti modalità:

- utilizzo del ***Modulo di recesso*** da compilare integralmente ed inviare al Venditore via e. mail al seguente indirizzo.....
- il Venditore darà riscontro della richiesta di recesso del Consumatore entro 24 ore tramite e. mail.....;
- utilizzo ***Modulo di recesso***, da compilarsi integralmente in tutti i suoi campi e da inviare con raccomandata A/R;
- invio, tramite raccomandata A/R e/o posta elettronica certificata al Venditore, di una dichiarazione esplicita della decisione del Consumatore di recedere dal contratto.

I beni possono essere restituiti:

1. mediante spedizione del pacco tramite il corriere indicato dal Venditore, utilizzando le istruzioni messe a disposizione da questo ultimo, a spese del Venditore e con rischio a suo carico;
2. tramite altro spedizioniere a scelta del Consumatore, a spese del Consumatore e con rischio a suo carico;
3. ove previsto, recandosi direttamente in uno dei punti vendita;

I beni da rendere devono essere consegnati al corriere o all'ufficio postale o ad altro spedizioniere entro 14 giorni dalla data in cui il Consumatore ha comunicato al Venditore la decisione di recedere dal contratto.
Nel caso di rispedizione del bene mediante corriere convenzionato di cui al punto 1 che precede, il Consumatore, dopo aver comunicato l'intenzione di recedere dal contratto di acquisto, entro il termine di 14 giorni dovrà prendere contatti con il vettore per concordare giorno e ora di ritiro del bene al proprio domicilio o ad altro indirizzo.

I. Il diritto di recesso si intende esercitato correttamente qualora siano interamente rispettate le seguenti condizioni:

a. entro 14 giorni dal ricevimento dei beni, il Consumatore abbia correttamente compilato e trasmesso elettronicamente il ***Modulo di recesso*** che trova nell'area personale sul sito del Venditore o, in alternativa, abbia compilato e inviato il modulo tipo ai sensi dell'art. 49, comma 4 del Codice del Consumo, oppure inviato altra dichiarazione esplicita della sua decisione di recedere dal contratto, mediante lettera raccomandata all'indirizzo ..... oppure via posta elettronica certificata all'indirizzo.....,
b. i beni non siano stati utilizzati, lavati o danneggiati;
c. il cartellino identificativo sia ancora attaccato ai beni ;
d. i beni siano restituiti nella loro confezione originale;
e. i beni siano consegnati al mezzo di spedizione scelto entro 14 giorni decorrenti dalla dichiarazione di recesso.

Ai sensi dell'art. 56 del Codice del Consumo, qualora il recesso sia avvenuto correttamente, il venditore rimborsa integralmente al Consumatore il prezzo dei beni acquistati per i quali è stato esercitato il recesso.

II. Nel caso in cui il reso non possa essere accettato poiché non integro, incompleto o rovinato, il Consumatore potrà scegliere, laddove possibile, a fronte della trattenuta del bene da parte del Venditore, di ottenere un rimborso parziale, calcolato decurtando dal totale il costo della diminuzione di valore del bene reso secondo il criterio del differenziale di margine tra prodotto nuovo e usato; oppure, in alternativa, potrà chiedere la riconsegna dei beni per i quali ha chiesto il reso con spese di viaggio a suo carico.

Nel caso il Consumatore rifiutasse le soluzioni di cui sopra, il Venditore si riserva il diritto di trattenere i beni e l'importo corrispondente al prezzo d'acquisto dei prodotti fino a successiva comunicazione utile da parte del Consumatore e per un massimo di 1 anno, termine trascorso il quale il bene si intende definitivamente abbandonato.

4.6 TEMPI E MODALITÀ DI RIMBORSO

Salvo quanto previsto dall'art. 56, III comma del Codice del Consumo il Venditore, solo dopo che avrà ricevuto dal Consumatore il reso del/i bene/i, invierà una e-mail di conferma di accettazione del reso e procederà al rimborso integrale, ovvero, qualora sia riscontrata la sussistenza di una diminuzione di valore dei beni restituiti, invierà una e-mail in cui comunicherà l'importo detratto a titolo di decurtazione del rimborso e procederà al rimborso della quota dovuta con le stesse modalità con le quali il Consumatore ha provveduto al pagamento del bene e nel minore tempo possibile (massimo 14 giorni). Fermo restando il rispetto dei 14 giorni prescritti per il rimborso delle somme pagate dal consumatore, il tempo effettivo per il riaccredito o la restituzione delle somme pagate dal consumatore per l'acquisto dei beni dipende dalle modalità di pagamento utilizzate:

Acquisto con carta di credito/debito: il tempo necessario per visualizzare il rimborso dipende dall'istituto che ha emesso la carta. La data valuta del riaccredito è la stessa dell'addebito;

Acquisto tramite PayPal (e simili): il rimborso verrà effettuato sul conto PayPal (e simili) del Consumatore e sarà immediatamente visibile. Il rimborso effettivo sulla carta di credito dal conto PayPal (e simili) del Consumatore dipende dall'Istituto che ha emesso la carta.

Pagamento in contanti alla consegna: il rimborso avviene sul conto corrente indicato dal Consumatore, quindi il tempo di rimborso dipende dalla correttezza dei dati comunicati e dall'Istituto di credito presso cui ha acceso il conto.

In caso di regalo, il rimborso delle somme sarà eseguito nei confronti di chi ha effettuato il pagamento.

4.7 CONDIZIONI PER IL CAMBIO DEI BENI

Salvo specifici casi di esclusione in ordine alla tipologia del bene acquistato – biancheria intima e costumi da bagno nel quale subentrano motivi igienici sanitari - il Consumatore, ove previsto, può, in alternativa all'esercizio del diritto di recesso, cambiare i beni acquistati con beni dello stesso modello aventi taglia e/o colore differenti anziché ottenere il rimborso del relativo prezzo, purché il cambio merce sia richiesto entro 30 giorni dalla consegna dei beni.

La richiesta di cambio avverrà nei limiti di seguito previsti:

- potranno costituire oggetto di cambio solo quei beni acquistati, per i quali NON è stata espressamente VIETATA questa possibilità sul sito internet;
- per richiedere il cambio merce, il Consumatore deve compilare l'apposito ***modulo di "cambio"*** e rispedirlo all'indirizzo: .....
- il Consumatore potrà richiedere il cambio di uno o più beni acquistati solo con beni dello stesso modello, aventi taglia e/o colore differenti. In ogni caso le opzioni disponibili per il cambio saranno indicate nel sito/modulo;
- il Consumatore potrà richiedere il cambio di uno o più beni acquistati entro e non oltre 30 giorni dalla data della loro consegna;
- i beni da cambiare devono essere consegnati al corriere entro i successivi 14 giorni che decorrono dalla comunicazione della richiesta di cambio al Venditore.
- il Consumatore, in base ai principi di correttezza e buona fede contrattuale, potrà effettuare una sola richiesta di cambio per ogni bene acquistato;
- i beni per i quali si richiede il cambio dovranno essere restituiti al Venditore nella loro confezione originale, non utilizzati, non lavati o danneggiati, eventualmente indossati per il solo scopo di provare il capo di abbigliamento ed il cartellino identificativo dovrà essere ancora attaccato;
- i beni per i quali è stata avanzata richiesta di cambio, e facenti parte di un unico ordine devono essere inviati al Venditore in una sola spedizione. Il Venditore, si riserva il diritto di non accettare beni di uno stesso ordine, spediti per il cambio in momenti diversi.

Se tutte le condizioni sopra richiamate vengono correttamente rispettate, una volta compilato ed inviato il modulo, il Venditore prenderà in carico la richiesta di sostituzione inviando al Consumatore una e-mail di conferma entro massimo 48 ore, con tutte le istruzioni da seguire per la procedura di cambio.

I beni possono essere restituiti:

- mediante spedizione del pacco tramite il corriere indicato dal Venditore, utilizzando le istruzioni messe a disposizione da questo ultimo, a spese del Venditore e con rischio a suo carico;
- tramite altro spedizioniere a scelta del Consumatore, o mediante il servizio postale, a spese del Consumatore e con rischio a suo carico;
- il Consumatore, per il cambio del bene potrà chiedere, laddove possibile, di recarsi direttamente in uno dei punti vendita presenti sul territorio nazionale, ove il personale addetto provvederà alla valutazione che tutte le condizioni precedenti siano rispettate prima di autorizzare il cambio e il ritiro del nuovo bene.

4.8 TEMPI E MODALITÀ PER OTTENERE IL CAMBIO

Al rientro della merce in magazzino, dopo accurato controllo dell'integrità del/i bene/beni restituito/i dal Consumatore, il Venditore verificherà l'effettiva disponibilità presso i propri magazzini dei beni nella taglia e/o colore scelti dal Consumatore. Nel caso in cui il bene o i beni selezionati per il cambio risultino disponibili, il Venditore potrà accogliere la richiesta di cambio e procederà pertanto ad inviare un'e-mail di conferma dell'avvenuta spedizione dei prodotti sostitutivi. La spedizione avverrà in questo caso entro 14 giorni dal rientro della merce in magazzino. Le spese di spedizione dei prodotti sostitutivi saranno a carico del Venditore, che sceglierà il vettore.

Nel caso in cui il bene o i beni selezionati per il cambio non risultino disponibili presso i propri magazzini, il Venditore non potrà accogliere la richiesta di cambio e procederà pertanto, a scelta del Consumatore e in alternativa:

1) al rimborso del prezzo del bene o dei beni originariamente acquistati e non sostituibili, conformemente a quanto previsto dalle norme del diritto di recesso del Codice del Consumo;

2) all'invio di un buono/voucher per un futuro acquisto, che il Consumatore potrà liberamente rifiutare. Laddove il prezzo del bene acquistato risulti diverso rispetto al prezzo del prodotto selezionato per il cambio, non sarà riconosciuto al Consumatore alcun rimborso e/o aggravio per la differenza.Il Consumatore sarà contattato nel caso in cui la sua richiesta di cambio non possa essere accettata perché non conforme alle condizioni sopra riportate nella sezione II (Modalità da seguire per l'esercizio del Diritto di recesso). In questo caso, potrà scegliere di riavere i beni che intendeva cambiare a sue spese. Nel caso rifiutasse questa spedizione, il Venditore si riserva il diritto di trattenerli.

4.9 CARTELLINO IDENTIFICATIVO DEL PRODOTTO

Tutti i beni messi in vendita da _____ sono muniti di cartellino identificativo, che costituisce parte integrante del bene. **Invitiamo il Consumatore a provare il bene senza togliere il cartellino** e gli ricordiamo inoltre che, ai sensi dell'art. 57, II comma, del Codice del Consumo, sarà responsabile della diminuzione del valore dei beni restituiti al Venditore, conseguente ad un utilizzo dei beni diverso da quello necessario per accertarne la natura, le caratteristiche e il funzionamento.

4.10 ESCLUSIONI

Ai sensi dell'art. 59 del Codice del Consumo, il diritto di recesso è escluso nel caso in cui il Consumatore abbia acquistato prodotti confezionati su misura o personalizzati ovvero beni sigillati che non si prestano a essere restituiti per motivi igienici o connessi alla protezione della salute e sono stati aperti dopo la consegna .

Beni su misura

Non sono da considerare su misura tutte le personalizzazioni scelte da un listino, quale colore e/o misura ed il consumatore non ha chiesto su di essi interventi sulla struttura da renderli tali.
I seguenti capi di abbigliamento **sono esplicitamente esclusi** dal diritto di recesso per motivi igienico sanitari se la confezione sigillata è stata aperta: biancheria intima, calze.

5. LA NORMATIVA SULLA PRIVACY

ll Regolamento UE/679/2016 impone al Titolare di fornire all'Interessato tutte le informazioni necessarie relative al trattamento dei dati personali.Tale adempimento era già previsto dalla disciplina previgente, il d.lgs. 196/2003 – Codice Privacy. Il carattere innovativo dell'attuale disciplina consiste nel fatto di avere introdotto ulteriori elementi da comunicare e un maggior dettaglio rispetto alle informazioni già previste.

L'azienda e-commerce deve, dunque, compiere uno sforzo maggiore per mappare il flusso dei dati e dei trattamenti svolti all'interno al fine di rendere le informazioni necessarie. Tale sforzo comporta, inoltre, l'acquisizione di una maggiore consapevolezza della propria realtà.

Quando deve essere resa l'informativa?

L'informativa deve essere resa **obbligatoriamente** dal Titolare, in **forma scritta, prima o nel momento in cui** viene effettuata la raccolta dei dati personali, fatta **eccezione** dei soli casi in cui:

- il trattamento ha per oggetto dati non personali, non identificativi (es. dati meramente statistici);
- il trattamento ha per oggetto dati relativi a **persone giuridiche**, senza alcun riferimento a persone fisiche; nel caso in cui, infatti, siano coinvolte persone fisiche l'informativa deve essere resa (ad esempio se il trattamento coinvolge persone fisiche che prestano attività lavorativa all'interno dell'azienda);
- il trattamento ha carattere puramente personale o domestico

Come redigere l'informativa?

Al fine di dare un utile strumento per la redazione della nuova informativa da inserire sui portali e-commerce, il Garante Privacy ha pubblicato delle linee guida, in conformità al Regolamento UE, che supportano in questo adempimento, scaricabili direttamente dal *sito web dell'Autorità*.

RIFERIMENTI NORMATIVI

Regolamento UE 679/2016
Garante Privacy
D.lgs. 101/2018 (nuovo Codice Privacy)

6. LA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE NELLE VENDITE ONLINE DI MODA: L'ESEMPIO DI CARTA ITALIA

Vendere online può aprire tematiche spinose sul tema della contraffazione.La contraffazione è uno dei fenomeni maggiormente diffusi a livello globale, che colpisce indiscriminatamente tutti i settori merceologici: dalla moda agli alimenti, dai medicinali ai supporti digitali (DVD / CD), solo per citarne alcuni, alimentato da vere e proprie organizzazioni criminali spesso radicate in più nazioni.

In termini generali, per contraffazione si intende la **violazione dei diritti della proprietà industriale (ovvero dei marchi di fabbrica e di commercio, dei brevetti, dei modelli e dei disegni)** sebbene il fenomeno si sostanzia, di fatto, in qualunque azione finalizzata a realizzare beni che imitano le caratteristiche estetiche o comunque esteriori di un altro bene allo scopo di trarre in inganno terzi inconsapevoli, ma non solo. La contraffazione è tipica nell'ambito dei beni di lusso, i c.d. beni posizionali, ovvero quei prodotti che di per sé non possiedono un valore intrinseco legato al loro utilizzo ma che acquisiscono rilevanza in funzione della somiglianza al bene "originale" e della capacità di attribuire una certa immagine sociale al possessore che, non potendo sostenere i costi del bene originale, orienta la domanda al mercato dei falsi il cui prezzo di vendita essendo notevolmente inferiore risulta più accessibile. La contraffazione rappresenta anche un illecito plurioffensivo, poiché la condotta, oltre a violare la proprietà intellettuale, è idonea a contravvenire contestualmente più fattispecie, tra queste in particolare la disciplina in materia di concorrenza sleale di cui al combinato disposto degli articoli 2598, 2599, 2600 e dall'art. 2601 del codice civile.

La normativa di riferimento

A livello internazionale la principale regolamentazione è costituita dall'Accordo sugli aspetti commerciali dei diritti di proprietà intellettuale (***The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights***, meglio noto con l'acronimo **TRIPS**), un trattato internazionale promosso dall'**Organizzazione mondiale del commercio** (**WTO**) di concerto con l'***Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle*** (***OMPI***) che mira ad armonizzare le legislazioni dei singoli stati aderenti dando luogo ad una regolamentazione comune che garantisca standard minimi e requisiti minimi che i singoli Stati aderenti devono rispettare per la tutela della proprietà intellettuale nelle diverse aree (dal copyright all'industrial design, dai brevetti ai marchi di fabbrica registrati alle indicazioni geografiche protette).

Nell'ambito della normativa europea vi sono tutta una serie di provvedimenti e di interventi legislativi volti a fissare dei punti comuni e armonizzare le normative nazionali dei rispettivi paesi, le quali rimangono la fonte principale di tutela della **proprietà intellettuale** nei singoli Stati; tra i vari provvedimenti si richiamano in particolare:

il Regolamento (UE) 608/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale da parte delle autorità doganali; una regolamentazione che colma le carenze della precedente normativa ampliando la lista dei diritti di proprietà intellettuale da tutelare che erano stati esclusi dal precedente regolamento;

la Direttiva 2004/48 CE del Parlamento europeo e del Consiglio sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale; la direttiva indica le misure e le procedure civili ed amministrative finalizzate a stabilire le condizioni per l'applicazione uniforme delle norme in tutto il territorio dell'Unione Europea e a garantire il rispetto dei diritti di proprietà intellettuale.

L'Unione Europea realizza la tutela della proprietà intellettuale attraverso l'Ufficio dell'Unione Europea per la proprietà Intellettuale (EUIPO), un'agenzia decentrata dell'Unione Europea che offre la tutela ai diritti della Proprietà Industriale essendo preposta alla gestione dei marchi e del design per il mercato interno nell'Unione Europea e attraverso l'Ufficio europeo dei brevetti (UEB).
Nel panorama italiano la normativa di riferimento è costituita dal Codice della Proprietà Industriale (CPI) di cui al ***D.lgs. 30 del 10.02.2005***, il quale ha introdotto nel nostro ordinamento una regolamentazione organica e strutturata in materia, successivamente modificato dal ***D.lgs. n. 131/2010*** e dalla ***legge n. 99/2009*** che interviene su alcune disposizioni del codice penale riguardanti il reato di contraffazione; il Codice Civile e il Codice Penale riportano una serie di disposizioni che integrano e affiancano il CPI.

Carta Italia

Sul fronte contraffazione, soggetti istituzionali e privati, ciascuno con il proprio ruolo e nel proprio ambito di attività, si vedono impegnati a garantire un mercato equo e legale, che argini il fenomeno della **vendita e diffusione di prodotti che violano la proprietà intellettuale.**
Tra le istituzioni un ruolo chiave è svolto dalla **Guardia di Finanza** – all'interno della quale operano due sezioni specializzate nella **lotta alla contraffazione**, il gruppo marchi brevetti e proprietà intellettuale parte del **Nucleo Speciale Tutela dei Mercati e il Nucleo Speciale del Gruppo Anticrimine Tecnologico** – a cui si affiancano le **Autorità Doganali**, fondamentali negli spazi di frontiera di porti e aeroporti, potendo intervenire sul tutto il territorio nazionale.
In questo ambito, svolgono un ruolo chiave anche la **Direzione generale per la lotta alla contraffazione presso l'Ufficio Italiano Marchi e Brevetti (UIBM) e il Consiglio Nazionale Anticontraffazione (CNAC)** organismo interministeriale che svolge compiti di indirizzo, impulso e coordinamento delle amministrazioni che a vario titolo sono coinvolte nella lotta alla contraffazione; esso, al fine di contrastare il fenomeno a livello nazionale, individua le macro priorità sulle quali intervenire e le relative proposte di azione successivamente definite nel Piano Nazionale Anticontraffazione, documento che fornisce le direttive per il contrasto del fenomeno contraffattivo.

In esso anche i soggetti privati e le aziende svolgono un importante ruolo. Ne è un efficace esempio **Carta Italia**, un'iniziativa del Ministero dello Sviluppo Economico, sotto la guida del CNAC, del Consorzio Netcomm e di INDICAM che costituisce un accordo volontaristico per contrastare la vendita di beni contraffatti online. L'accordo, sottoscritto il 14 luglio 2015 dal Consorzio Netcomm e da INDICAM ma aperto a tutti i soggetti che a vario titolo operano nell'ambito del commercio elettronico in Italia (produttori, distributori, rivenditori, licenziatari, piattaforme di eCommerce, associazioni dei consumatori), definisce le best practice, ovvero misure concordate che consentono l'individuazione di pratiche contraffattive e le relative azioni per segnalare e contrastare il fenomeno.

RIFERIMENTI NORMATIVI

Regolamento (UE) 608/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio
Direttiva 2004/48 CE del Parlamento europeo e del Consiglio
D.lgs. 30 del 10.02.2005
D.lgs. n. 131/2010
Legge n. 99/2009

7. I TRUSTMARK NELL'E-COMMERCE

Acquistare online dovrebbe sempre essere un'esperienza piacevole e senza pensieri.
La "sicurezza" (dall'etimologia sine-cura, assenza di preoccupazioni) sull'identità di chi vende e sulle sue buone prassi, rappresentano spesso il parametro di valutazione del consumatore nella scelta di un e-commerce o di un altro.
I trustmark, sigilli o loghi di qualità, sono nati proprio con l'obiettivo di veicolare la fiducia nell'acquisto, presupponendo una verifica dell'identità di chi lo espone e una maggiore garanzia per l'utente; essi, vengono rilasciati da enti e soggetti che sono punti di riferimento del settore, che verificano direttamente e attentamente il rispetto della legge da parte dei siti richiedenti.

PER APPROFONDIMENTI
IL SIGILLO NETCOMM
https://www.consorzionetcomm.it/associazione/sigillo_netcomm/

8. CHECK-LIST DELL'E-COMMERCE

La seguente check list può aiutare a verificare la conformità del proprio e-commerce alle leggi vigenti.

Identità del Merchant

- ☑ Nome, denominazione o ragione sociale dell'impresa
- ☑ Domicilio o la sede legale dell'impresa
- ☑ Estremi che permettono di contattare rapidamente l'impresa e di comunicare direttamente ed efficacemente con la stessa, compreso l'indirizzo di posta elettronica
- ☑ Numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese
- ☑ Partita Iva
- ☑ Contatti e orari

Prodotto

- ☑ Caratteristiche principali del bene (colore, misura)
- ☑ Composizione
- ☑ Funzionalità
- ☑ Indicazioni d'utilizzo

Prezzo

- ☑ Informazioni complete sul prezzo finale del bene
- ☑ Scontistica adeguatamente indicata
- ☑ Indicazione di costi e tasse applicabili, non incluse nel prezzo di vendita
- ☑ Spese eventuali in aggiunta

Contratto e Conclusione

- ☑ Modalità di conclusione del contratto online
- ☑ Archiviazione del contratto
- ☑ Durata del contratto
- ☑ Annullamento o modifica dell'ordine
- ☑ Indicazioni sulla conferma del contratto concluso su supporto durevole

Spedizione e Consegna

- ☑ Modalità di gestione della spedizione
- ☑ Tempi di consegna
- ☑ Costi di consegna
- ☑ Passaggio del rischio di perimento del bene

Garanzia Legale

- ☑ Promemoria sulla garanzia legale di conformità
- ☑ Esercizio del diritto
- ☑ Tempi di gestione della garanzia

Diritto di Recesso

- ☑ Promemoria sul diritto di recesso
- ☑ Modulo tipo per la comunicazione
- ☑ Modalità di esercizio del diritto
- ☑ Costi a carico del consumatore

Pagamento

- ☑ Modalità di pagamento
- ☑ Uso del protocollo SSL

Assistenza Post-Vendita

- ☑ Contatti del servizio clienti
- ☑ Modalità di reclamo
- ☑ Tempi di risposta e gestione del reclamo

Composizione delle Controversie

- ☑ Adesione a protocolli di conciliazione utilizzabili dal consumatore (es. conciliazione)
- ☑ ODR europea
- ☑ Foro competente

ALLEGATI

MODULO DI ASSISTENZA PER DIFETTI E/O DIFFORMITA'

IN GARANZIA

Spettabile Impresa _____

Ordine numero: Data ordine:

Numero del documento fiscale:

Data documento fiscale:

Nome e Cognome

Indirizzo e-mail

Codice prodotto Nome prodotto

Taglia Quantità

BREVE DESCRIZIONE DEL DIFETTO E/O NON CONFORMITA'

In data _____ ho riscontrato sul _____ sopra indicato il seguente difetto o/e non conformità:

_____
_____
_____

Esempi di difetti e/o difformità

scoloritura dopo il primo lavaggio purché eseguito come da istruzioni/avvertenze riportate sull'etichetta del prodotto

cuciture difettose

bottoni mancanti

_____

Richiesta:

Riparazione

Sostituzione

Rimborso

Allegati:

foto del prodotto

foto della ricevuta fiscale

In caso di rimborso parziale o totale:

Intestatario del conto IBAN BIC / SWIFT ……

Data e firma Consumatore ……..

- *informativa sul trattamento dei dati (a cura del Venditore)*

MODULO DI RESTITUZIONE BENE

per assistenza in garanzia

Spettabile Impresa _____

Copia documento fiscale

Ordine Numero: Data Ordine:

Nome e Cognome

Indirizzo e-mail

Codice prodotto Nome/tipologia prodotto

Taglia Quantità

Codice autorizzazione del reso:

INDIRIZZO DOVE INVIARE IL RESO:

_____

_____

COME EFFETTUARE LA RESTITUZIONE

1. Impacchettare l'articolo ed allegare il modulo compilato al suo interno, copia della mail di autorizzazione alla restituzione con indicato il codice di reso;

2. Spedire il pacco con il corriere concordato con il Venditore, spese a carico del Venditore;

oppure

3. Spedire il pacco con mezzi scelti dal Consumatore e relative spese a suo carico.

Data e firma Consumatore ……..

- *informativa sul trattamento dei dati (a cura del Venditore)*

MODULO COMUNICAZIONE RECESSO *

Puoi esercitare il diritto di recesso entro 14 giorni dalla loro consegna.

Il pacco deve essere consegnato al corriere entro i 14 giorni successivi alla comunicazione al venditore della volontà di recesso.

Spettabile Impresa _____

Ordine Numero: Data Ordine:

Nome e Cognome

Indirizzo e-mail

Codice prodotto Nome/tipologia bene

Taglia Quantità

Comunico la mia volontà di recedere dal contratto di acquisto del bene indicato in premessa

a mero titolo informativo indico la motivazione:

Taglia troppo grande / troppo piccola

Taglia troppo larga / troppo stretta

Taglia diversa da quella ordinata

Prodotto diverso da quello ordinato

Colore del prodotto diverso da quello ordinato

Prodotto difettoso

Consegnato in ritardo

Ho cambiato idea

INDIRIZZO DOVE INVIARE IL RESO:

_____

_____

COME EFFETTUARE IL RESO

1. Non utilizzare/indossare il prodotto (se non per la prova dello stesso), conservare attaccato il cartellino identificativo e confezionare nuovamente il prodotto nell'imballo originale;

2. Inviare il presente modulo via email a: …… ;

3. Indicare il motivo del recesso (**facoltativo**);

4. Allegare il modulo compilato all'interno dell'imballo originale, insieme al prodotto;

5. Spedire il pacco o recarsi in uno dei punti vendita presenti sul territorio nazionale, se tale seconda opzione è prevista al momento dell'acquisto.

segue

MODALITA' PREVISTE PER IL RIMBORSO (segue)

Una volta che il reso è rientrato in sede e la merce è stata esaminata, verrà rimborsata la somma già pagata unicamente per il bene restituito, attraverso lo stesso canale di pagamento utilizzato in fase d'acquisto, entro 14 giorni dalla data di rientro in sede del bene, come da normativa vigente.

Qualora il prodotto fosse privo di confezione originaria o abbia subito danneggiamenti verrà riaccreditata la somma per il valore del bene restituito al netto dei danni accertati.

In caso di pagamento in contanti o bonifico sono necessari i dati bancari per poter procedere al rimborso:

Intestatario del conto IBAN BIC / SWIFT _____

Data e firma Consumatore .. ……..

* Il diritto di recesso non è applicabile per ordini effettuati con Partita IVA.

- *informativa sul trattamento dei dati (a cura del Venditore)*

MODULO DI RESO PER CAMBIO PRODOTTO

Puoi esercitare il diritto di reso per cambio dei prodotti entro 30 giorni dalla loro consegna.

Il pacco deve essere consegnato al corriere entro i 14 giorni successivi alla comunicazione al venditore della richiesta del cambio.

Spettabile Impresa _____

Ordine Numero: Data Ordine:

Nome e Cognome

Indirizzo e-mail

Codice prodotto Nome/tipologia prodotto

Taglia Quantità

INDIRIZZO DOVE INVIARE IL RESO:

_____

_____

COME EFFETTUARE IL RESO

1. Non utilizzare/indossare il prodotto (se non per la prova dello stesso); conserva attaccato il cartellino identificativo e confeziona nuovamente il prodotto nell'imballo originale;

2. Invia un'email a: …… con la comunicazione di voler cambiare il prodotto;

3. Compila il modulo e indica il motivo del cambio;

4. Allega il modulo compilato all'interno dell'imballo originale, insieme al prodotto;

5. Spedisci il pacco o recati in uno dei punti vendita presenti sul territorio nazionale, se tale seconda opzione è prevista al momento dell'acquisto.

CHIEDO IL CAMBIO DEL PRODOTTO PER IL SEGUENTE MOTIVO:

1. Taglia troppo grande / troppo piccola

2. Taglia troppo larga / troppo stretta

3. colore del prodotto diverso da quello ordinato

CARATTERISTICHE DEL NUOVO PRODOTTO:

taglia: …….. colore: ……

Data e firma Consumatore ……

- *informativa sul trattamento dei dati (a cura del Venditore)*

FEDERAZIONE MODA ITALIA

COME LEGGERE LE ETICHETTE*

PARTI DI CALZATURE DA IDENTIFICARE E SIMBOLI CORRISPONDENTI:

Tomaia

- Tige
- Obermaterial
- Tomaia
- Bovendeel
- Upper
- Overdel
- ΕΠΑΝΩ ΜΕΡΟΣ
- Empejne
- Parte superior

Rivestimento della tomaia e suola interna

- Doublure et semmelle de propretè
- Futter und Decksohle
- Fodera e sottopiede
- Voering en Inlegzool
- Lining and sock
- Foring od bindsal
- ΦΟΔΡΕΣ
- Forro y plantilla
- Forro e palmilha

Suola esterna

- Semelle extèrieure
- Laufsohle
- Suola esterna
- Buitenzool
- Sole
- Ydersal
- ΣΟΔΑ
- Suela
- Sola

MATERIALI E SIMBOLI CORRISPONDENTI:

Cuoio

- Cuir
- Leder
- Cuoio
- Leder
- Leather
- Laeder
- ΔΕΡΜΑ
- Cuero
- Couros e peles curcidas

Cuoio rivestito

- Cuir enduit
- Beschichtetes Leder
- Cuoio rivestito
- Gecoat leder
- Coated leather
- Overtrukket Laeder
- ΕΠΕΝΔΕΔΥΜΕΝΟ ΔΕΡΜΑ
- Cuero untado
- Couro revestido

Materie tessili naturali e materie tessili sintetiche o non tessute

- Textile
- Textil
- Tessili
- Textiel
- Textile
- Tekstilmaterialer
- ΥΡΑΣΜΑ
- Textil
- Têxteis

Altre materie

- Autres matériaux
- Sonstiges Material
- Altre materie
- Overige materialen
- Other materials
- Andre materialer
- ΑΛΛΑ ΥΑΙΚΑ
- Otros materiales
- Outros materials

** Direttiva 94/11/CE – DM 11 aprile 1996*
Decreto Legislativo n. 190 del 15 novembre 2017

Contatti

U.O. Accertamenti a Tutela della fede pubblica
tutela.fedepubblica@mi.camcom.it

U.O. Regolazione del Mercato e Sanzioni
regolazione.mercato@mi.camcom.it

Netcomm
sigillo@consorzionetcomm.it

Federazione Moda Italia
info@federazionemodaitalia.it