

DOMANDE E RISPOSTE - QUESITI LEGALI IN MATERIA DI ELETTRONICA DI CONSUMO

Il presente articolo riporta una selezione di domande (di iscritti ad ANDEC) e di risposte (del sottoscritto) concernenti i prodotti di elettronica di consumo, originate dalle problematiche correnti e dai dubbi derivanti dalla pratica aziendale e dalla conseguente necessità di agire in conformità alla corrente normativa di legge, spesso piuttosto complessa. Le risposte vengono fornite dal presidente dell'Associazione nell'ambito del servizio di consulenza legale gratuita riservato da ANDEC ai suoi associati. Tutti i quesiti sono ovviamente resi anonimi ed astratti. Le risposte fornite sono, come di consueto, di valore immediato e di comune interesse per gli operatori del settore.



MAURIZIO IORIO

Dalla partnership tra Marketplace e Andec prende vita questa rubrica, curata dall'Avvocato Maurizio Iorio nel suo duplice ruolo di Avvocato Professionista in Milano e di Presidente di Andec.

(1) Prova sulla provenienza di un prodotto presentato per la garanzia

Domanda:

Riceviamo sempre più spesso richieste da parte dei rivenditori di autorizzazione alla riparazione o sostituzione in garanzia per prodotti dove la prova dell'acquisto è costituita da scontrini o copie di pagamenti elettronici non "parlanti", in quanto i medesimi non riportano almeno il modello del prodotto.

Vorremmo sapere se possiamo contestare questa documentazione al rivenditore e se quest'ultimo la può contestare, all'origine, all'utilizzatore finale, essendo essa incompleta.

Risposta:

Sia che si tratti in ipotesi di garanzia legale dovuta dal venditore al consumatore non professionale finale, in merito alla quale il rivenditore agisce ex art. 131 Cod. Cons. in regresso verso la Vostra società in quanto suo fornitore, sia che si tratti in ipotesi di una garanzia convenzionale, prestata dalla Vostra società all'acquirente finale del prodotto, chi esercita tale

pretesa nei Vostri confronti deve naturalmente fornire la prova dell'acquisto.

L'interpretazione del MIMIT (ex MISE) di tale onere probatorio, è riportata in una guida abbastanza recente (rinvenibile all'indirizzo web: [Le garanzie post-vendita. Domande frequenti \(FAQ\) \(mimit.gov.it\)](http://Le_garanzie_post-vendita_Domande_frequenti_(FAQ)_mimit.gov.it)) ed è la seguente: **"QUALE È LO STRUMENTO ATTRAVERSO IL QUALE DENUNCIARE QUALSIASI DIFETTO DEL PRODOTTO ACQUISTATO?"**

Il consumatore deve conservare almeno per 26 mesi dalla consegna del bene l'intera documentazione relativa all'acquisto del bene di consumo. Nel caso in cui tale acquisto è avvenuto senza contratto scritto o buono d'ordine, i titoli comprovanti l'acquisto sono rappresentati dai seguenti documenti: scontrino, tagliando assegni, cedolini di carte di credito, documentazione illustrativa del prodotto, confezione, garanzia, ecc."

Questa l'opinione del MIMIT. Tuttavia, sta ai giudici e non ai ministeri interpretare le leggi dello Stato.

Ad avviso dello scrivente, lo scontrino, ancorché in ipotesi non indichi il modello del prodotto acquistato, può essere una valida prova dell'acquisto ai fini della garanzia solo se accompagnato almeno in parte ANCHE da ulteriore documentazione, quale quella riportata indicativamente nella guida ministeriale sopra citata, mentre in assenza, **sembra NON essere un mezzo sufficiente a comprovare l'acquisto**; infatti, secondo la legge, la prova può esser data anche solo con presunzioni semplici, purché *"gravi, concordanti e precise"* (art. 2729 cc),

ma nel caso di produzione del mero scontrino (non accompagnato quindi, ad esempio, almeno dalla prova del pagamento con carta di credito o di addebito) mancherebbe almeno un altro "concordante" elemento presuntivo e sarebbe comunque opinabile, ai fini presuntivi, anche la "gravità" e la "precisione" della prova fornita dall'esibizione del mero scontrino fiscale.

(2) Informazioni sull'importatore da riportare sui prodotti

Domanda:

Sappiamo che è obbligatorio per legge riportare sui prodotti il nome/denominazione sociale dell'importatore e l'indirizzo di un suo punto di contatto nella UE.

Dato che noi siamo distributori, non trattiamo marchi propri ma immettiamo sul mercato marchi di aziende UE ed extra UE che al massimo danno indicazioni sul packaging dei riferimenti delle loro sedi; quindi, abbiamo in essere diverse casistiche che potrebbero ricadere sotto questo obbligo delle quali volevamo avere qualche chiarimento:

1 – prodotto da noi acquistato da un fornitore extra UE e importato e immesso nel mercato UE: in tal caso ritengo non ci siano dubbi sulla necessità di indicare le informazioni sopra menzionate.

2 – prodotto da noi acquistato da un fornitore extra UE con sede in UK e da noi importato nella UE: qual è la situazione? Ci sono per caso accordi particolari col Regno Unito riguardo alle predette incombenze in capo all'importatore?

3 – prodotto da noi acquistato da un produttore TIZIO che ha sede nella UE ma che è stato materialmente fatto produrre da quest'ultimo in Cina ed è commercializzato col marchio del suddetto produttore europeo; noi importiamo tale prodotto dalla Cina (dove il produttore europeo a stabilimenti e magazzini) per godere di prezzi più bassi; sull'imballaggio del prodotto sono riportati



tutti gli estremi del produttore europeo. È corretto? Inoltre, vorremmo anche sapere:

- se è necessario riportare le predette indicazioni (denominazione sociale dell'importatore e l'indirizzo di un suo punto di contatto nella UE) (a) già prima dello sdoganamento dei prodotti (tale operazione sarebbe piuttosto complicata, in quanto dovremmo chiedere al fornitore extra UE di riportare sull'imballo tali informazioni, ma quest'ultimo potrebbe anche avere più di un distributore in Italia e dovrebbe apportare la modifica sull'imballaggio di tutti i prodotti indistintamente), oppure (b) anche dopo lo sdoganamento, prima della commercializzazione, quando i prodotti importati sono ancora nei nostri magazzini: in tal caso, potremmo provvedere noi all'etichettatura dei prodotti.

- quali informazioni è necessario riportare (ragione sociale, indirizzo, telefono, ecc.)

- se è possibile indicare tali informazioni tramite un URL o un QR code; in questo modo il fornitore potrebbe inserirla sul packaging e poi rimandare ad una pagina web dove sono indicati i dati richiesti.

Risposta:

Per rispondere compiutamente al Suo quesito, occorre fare qualche premessa.

Ai sensi della normativa UE ed italiana di settore che si applica agli apparecchi elettrici ed elettronici, **gli importatori** (nella UE) sono soggetti alla sola obbligazione di indicare *"sull'apparecchio il loro nome, la loro denominazione commerciale registrata o il loro marchio registrato e l'indirizzo postale al quale possono essere contattati oppure, ove ciò non sia possibile, sull'imballaggio o in un*

documento di accompagnamento dell'apparecchio. Le informazioni relative al contatto sono in una lingua facilmente comprensibile per l'utilizzatore finale e le autorità di vigilanza del mercato". (D. EMC, art. 9 . 3.; D. LVD Art. 8.3; D. RED art. 12. 3).

Ad analoghe obbligazioni sono tenuti in punto i **fabbricanti**, i quali peraltro sono obbligati tra l'altro anche a riportare sul prodotto un numero di serie o altro elemento identificativo del medesimo; tuttavia, quando il fabbricante non ha sede nel territorio di UE (o della Svizzera), è sufficiente riportare sul prodotto il nome, la denominazione sociale o il marchio registrato del solo Importatore, e l'indirizzo postale nella UE presso il quale il medesimo può essere contattato.

Il distributore, prima di mettere un apparecchio a disposizione sul mercato, deve accertarsi che il Fabbricante e l'importatore abbiano adempiuto a tutti gli oneri di tracciabilità posti in capo ai medesimi, di cui si è detto (D. EMC, art. 10. 2.; D. LVD Art. 9.2; D. RED art. 13. 2).

Fabbricanti, importatori, distributori devono essere in grado per dieci anni da quando sono stati loro forniti gli apparecchi e per dieci anni da

quando li hanno a loro volta forniti di indicare alle autorità di vigilanza (a) qualsiasi operatore economico che abbia fornito loro un apparecchio e (b) qualsiasi operatore economico a cui essi lo abbiano fornito (D. EMC, art. 12; D. LVD art. 11; D. RED art.15).

Ciò detto, venendo alle Sue domande:

1 – prodotto acquistato da un fornitore extra UE e importato e immesso nel mercato UE: in tal caso, ritengo, non ci siano dubbi sulla necessità di indicare le informazioni sopra menzionate.

Lei si riferisce evidentemente al caso di prodotti venduti da un fabbricante (fornitore) cinese alla Sua società che li importa nella UE e li vende col marchio del fabbricante stesso: se le cose stanno così, la Sua società è l' "Importatore" e sarà soggetta, in punto, alle obbligazioni sopra indicate.

2 – prodotto da noi acquistato da un fornitore extra UE con sede in UK e da noi importato nella UE.

Come sopra; non ci sono accordi che modifichino la situazione sub (1), già descritta.

3 – prodotto da noi acquistato da un produttore TIZIO che ha sede nella UE ma che è stato materialmente fatto produrre da quest'ultimo in Cina ed è da noi importato e commercializzato col marchio del suddetto produttore europeo.

Secondo il Regolamento (UE) 2019/1020 (art. 4.2.), solo se il fabbricante non è stabilito nell'Unione, l'operatore economico da considerare, ai fini della tracciabilità, è in tal caso l'importatore. Ne consegue che nel caso di specie il prodotto dovrebbe riportare nome, indirizzo e punto di contatto UE del solo fabbricante (ancorché materialmente fabbricato in territorio extra UE) e non c'è necessità di riportare anche quello dell'importatore.

Si tratta comunque di un caso border line e, possibilmente, anche solo per prevenire contestazioni, potrebbe essere preferibile riportare sul prodotto nome ed indirizzo di entrambi. Tutte le indicazioni sulla tracciabilità dell'importatore vanno riportate



quando questo è presentato in dogana per l'immissione in libera pratica e non successivamente allo sdoganamento. Infine, non v'è dubbio che il QR Code, apposto direttamente sull'etichetta, sia un efficace veicolo di informazioni. Infatti, secondo quanto stabilito in via interpretativa dalla Commissione Europea nella Guida Blu all'attuazione della normativa europea sui prodotti ed. 2022, «mentre le informazioni sulla sicurezza devono essere fornite su supporto cartaceo, non è necessario che anche tutte le istruzioni siano fornite su carta: queste possono essere anche in formato elettronico o in altro formato di memorizzazione dei dati o anche su un sito web» (Guida Blu, cap. 3, punto 4, nota 114). Se - a differenza delle precauzioni d'uso - è sufficiente riportare digitalmente le istruzioni destinate al consumatore, si deve ragionevolmente ritenere che ciò valga anche per le indicazioni relative alla tracciabilità del soggetto che ha immesso il prodotto nel mercato UE, trattandosi comunque di informazione destinata al consumatore finale, oltre che alle autorità di sorveglianza.

(3) Sconti e ribassi nel caso di vendita on line di una linea dedicata di prodotti

Domanda:

Vorremmo vendere, tramite una piattaforma di vendita on-line, una linea "dedicata" di nostri prodotti che presentano le seguenti caratteristiche:

- Prodotti ricondizionati
 - Prodotti con imballo usurato
 - Prodotti che andranno "fuori catalogo" e che quindi saranno destinati ad esaurimento scorte
- Tale iniziativa avrebbe come scopo quello di vendere i suddetti prodotti con particolari promozioni e/o politiche di prezzo.

Avemmo bisogno di sapere se, intraprendendo la suddetta iniziativa, potremmo incorrere in problemi anche (e soprattutto) legati alla direttiva Omnibus che, come noto, prevede specifici limiti e condizioni alle dichiarazioni di sconto e ribassi dei prodotti.

Risposta:

In effetti, il nuovo art. 17-bis del Codice del Consumo (Annunci di riduzione di prezzo), introdotto dalla Direttiva "omnibus" (D. UE 2019/2161), prevede che ogni annuncio di riduzione di prezzo debba indicare il prezzo precedente più basso applicato dal professionista nei trenta giorni precedenti all'applicazione della riduzione. È prevista espressamente l'applicazione dell'obbligo di indicare il prezzo precedente alle vendite straordinarie, quali quelle di liquidazione, di fine stagione e quelle promozionali.

La norma prende di mira le comunicazioni rivolte al consumatore con le quali si ingenera l'impressione di una riduzione di prezzo.

Per "annunci di riduzione di prezzo" si intendono i "saldi", "black friday", "offerte speciali", mentre risultano esclusi dall'applicazione della normativa gli annunci pubblicitari di carattere generale che promuovono l'offerta del commerciante senza evocare l'impressione di uno sconto, ma limitandosi a **confrontarla con quelle di altri venditori senza evocare o creare l'impressione di una riduzione di prezzo, come ad esempio (esempio positivo): «prezzi migliori/più bassi»**. (definizioni riportate negli "Orientamenti sull'interpretazione e l'applicazione dell'art. 6 bis della direttiva 98/6/CE" [EUR-Lex - 52021XC1229\(06\) - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#), modificata dalla Direttiva Omnibus).

Vi consiglieri pertanto di **NON MENZIONARE L'ESISTENZA DI SCONTI NÈ ESPLICITAMENTE DI "RIDUZIONI DI PREZZO"** ma di promuovere le vendite on-line che avete indicato con espressioni equipollenti o in linea con quelle sopra suggerite del tipo **«prezzi migliori/più bassi»**, che ho evidenziato in grassetto.

N.B. Le immagini utilizzate a corredo di questo articolo sono solo a puro scopo illustrativo