

# Regolamento REACH

4<sup>a</sup> Conferenza nazionale

## Le ricadute dell'art.33 del regolamento REACH per i consumatori

Claudia Chiozzotto - Altroconsumo



# Chi siamo? La prima e più diffusa organizzazione di consumatori italiana



## ALTROCONSUMO è

- ✓ un'organizzazione di consumatori **nata a Milano nel 1973**
- ✓ indipendente, efficace, rappresentativa
- ✓ riconosciuta per legge ai sensi dell'art. 137 del Codice del Consumo (Dlgs. 206/2005) e **membro CNCU**
- ✓ membro **BEUC** – federazione composta da 42 organizzazioni di consumatori di 30 paesi europei
- ✓ membro di **Consumers International** (220 associazioni per 115 paesi)

## La nostra attività **in cifre** (2012):

- 350.000 soci
- oltre 487.000 consulenze erogate
- 390 interventi pubblici, 36 denunce AGCM, 90 dossier aperti
- oltre 7.800 citazioni sui media
- oltre 7.000.000 visite su [www.altroconsumo.it](http://www.altroconsumo.it)
- oltre 14.000 follower su Twitter, oltre 91.000 like su Facebook
- 7 pubblicazioni periodiche e numerose guide
- oltre 100 test
- 208 professionisti al servizio dei consumatori

# REACH: i protagonisti



**PRINCIPIO DI PRECAUZIONE:**  
prevenzione danni a salute e ambiente

**RISCHIO CHIMICO:**  
produttori e importatori

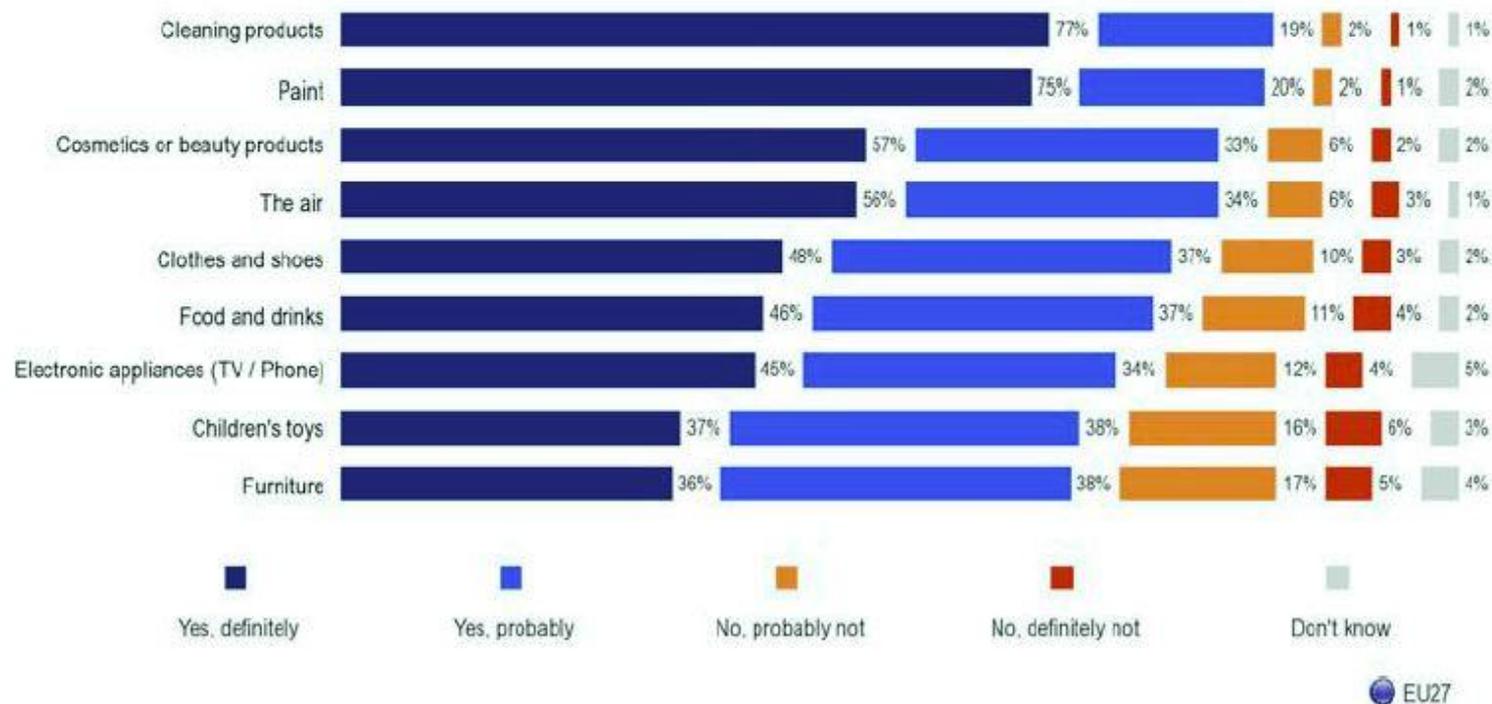
REACH

**FIDUCIA:** consumatori e operatori

## AWARENESS OF CHEMICAL SUBSTANCES IN EVERYDAY ITEMS



Q1. Do you think that you can find chemical substances in the following...?



Flash Eurobarometer 361 «Chemicals» - Febbraio 2013

# Art. 33: comunicare informazioni



Regolamenta l'**obbligo** di comunicare informazioni sulle **sostanze** presenti negli articoli

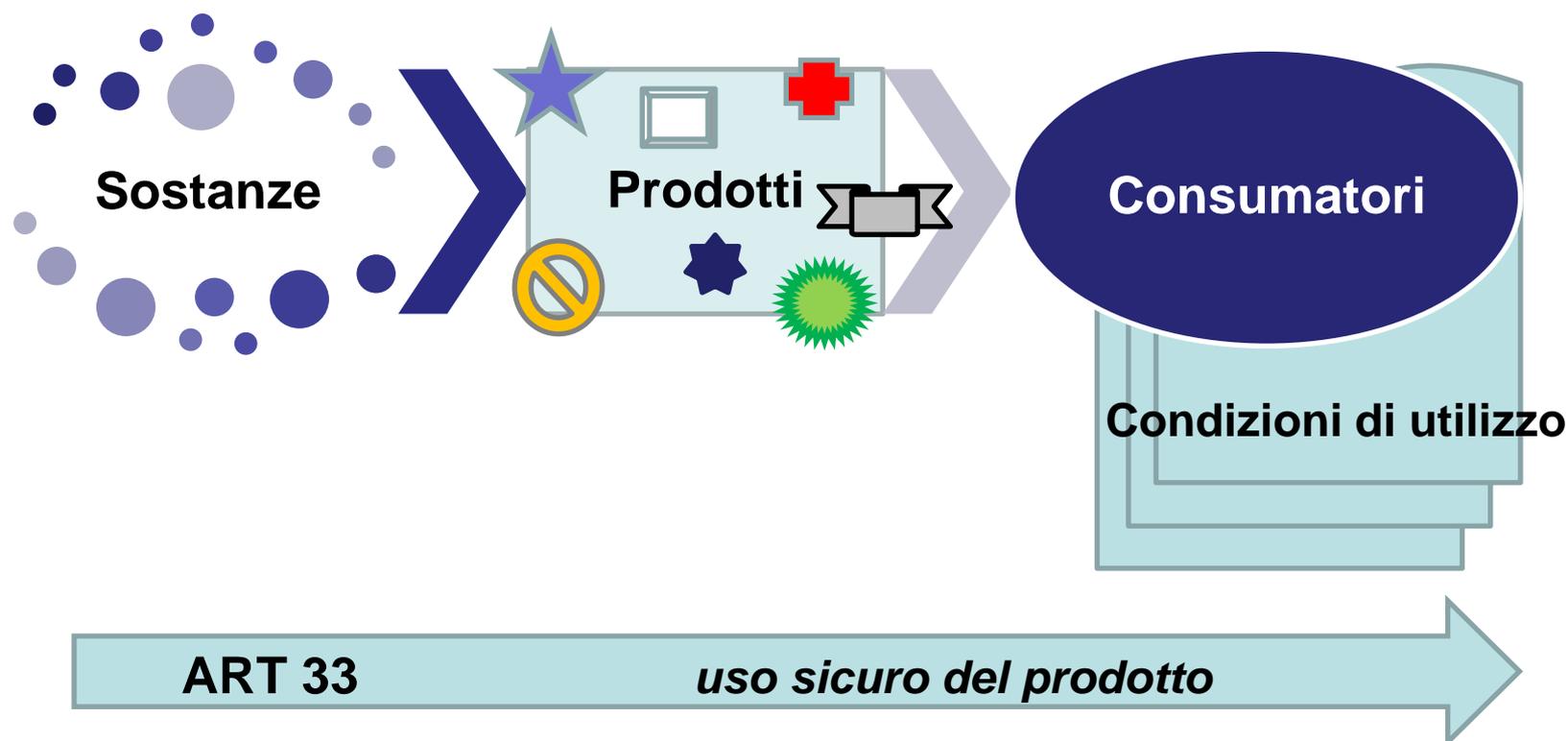
**Quali sostanze?** SVHC «candidate list» 0,1% peso  
144 sostanze CMR, PBT, vPvB e equivalenti (Art.57)

**Quali informazioni?** Sicurezza d'uso o nome sostanza

**Su richiesta** anche di singoli consumatori

Entro **45 giorni** dal ricevimento della richiesta, **gratis**

# Consumatori nella supply chain



# Come informarsi?



## Canali di informazione per i consumatori

- Etichette prodotti
- Web: istituzioni, produttori, forum
- Network, associazioni
- Venditori (es. prodotti per fai-da-te)

Maggiore interesse e proattività quando la ricerca di informazioni riguarda effetti diretti sulla salute o inquinamento ambientale

## Diluvio chimico



Indirizzo del destinatario

Luogo, data

Gent.li Signori,

La nuova Carta Regolamentare Europea sulle Sostanze Chimiche, REACH, garantisce il diritto al consumatore di ottenere dal produttore o dal rivenditore di un bene di consumo, entro 45 giorni, la lista degli ingredienti pericolosi (sostanze estremamente preoccupanti) contenute in certi articoli.

In applicazione di questa regolamentazione, vorrei gentilmente essere informato circa la presenza nel seguente articolo: \_\_\_\_\_ di qualsiasi sostanza chimica contenuta nella "Lista delle Sostanze Estremamente Preoccupanti Candidate all'Autorizzazione o Restrizione" disponibile su [http://echa.europa.eu/chem\\_data/authorisation\\_process/candidate\\_list\\_table\\_en.asp](http://echa.europa.eu/chem_data/authorisation_process/candidate_list_table_en.asp)

Se questo articolo ne contiene gradirei sapere come utilizzare il prodotto in modo sicuro e, sebbene il REACH non ne prescriba l'obbligo di comunicazione a richiesta del consumatore, vorrei conoscere:

- la motivazione;
- verso quale altro prodotto, in grado di fornire il medesimo servizio ma privo di sostanze pericolose, possono rivolgersi i consumatori.

Più in generale, sono interessato a conoscere la Vostra politica sulla questione e sapere se la Vostra azienda cerca, in maniera pro-attiva, di identificare e sostituire gli ingredienti problematici per la salute e per l'ambiente così da contribuire positivamente all'aggiornamento dell'elenco delle sostanze dell'Agenzia europea dei prodotti chimici.

In attesa di un Vostro cortese riscontro e di ricevere queste informazioni, Vi ringrazio per l'attenzione e Vi porgo i miei più cordiali saluti.

Firma e indirizzo del mittente



# Ostacoli all'informazione



- Difficoltà intrinseca e tecnicismi
- Mole di dati
- Mercato frammentato
- Incertezza
- Condizioni di utilizzo prodotti
- Allarmi/allarmismi, che hanno però il vantaggio di sollecitare l'attenzione e la partecipazione dei cittadini

# Come migliorare comunicazione



- Trasparenza
- Linguaggio accessibile
- Partecipazione
- Etichettatura
- Sensibilizzazione mirata (es. scuole)



GRAZIE

[www.altroconsumo.it](http://www.altroconsumo.it)