



Camera di Commercio
Mantova



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA MANTOVA



INFORMAZIONI SU RISPARMIO DI CARBURANTI ED EMISSIONI DI CO2

(D.P.R. 17 febbraio 2003 n. 84)

Linee operative per i concessionari e i rivenditori auto

A cura di
Servizio Regolazione del Mercato
regolazione.mercato@mn.camcom.it
tel. 0376/234423

Definizioni

1. **Autovettura nuova**: autovettura che non sia stata precedentemente venduta se non ai fini di rivendita al dettaglio o di distribuzione (*vanno quindi considerate come comprese in tale categoria anche le vetture a km zero e le semestrali/aziendali* intestate a concessionarie e/o venditori d'auto in genere e che non sono ancora state vendute al dettaglio a privati o a imprese)
2. **Punto vendita**: sala di esposizione o spazio all'aperto in cui le autovetture nuove sono esposte o offerte in vendita o in leasing, comprese le fiere (*vanno quindi considerate in tal senso anche le autovetture presenti nell'autosalone anche se già vendute, in quanto comunque utilizzate come veicolo d'informazione nei confronti del consumatore/cliente*)
3. **Responsabile del punto vendita**: persona fisica o giuridica che gestisce il punto vendita
4. **Consumo ufficiale di carburante**: consumo di carburante omologato e apposto sul certificato di omologazione CEE o figurante nel certificato di conformità
5. **Emissioni ufficiali di CO2**: livello di emissioni dell'autovettura apposto sul certificato di omologazione CEE o figurante nel certificato di conformità
6. **Etichetta relativa al consumo di carburante**: etichetta su cui figurano i valori ufficiali relativi al consumo di carburante e alle emissioni di CO2 della vettura su cui è apposta l'etichetta
7. **Guida al risparmio di carburante**: raccolta di dati ufficiali sul consumo di carburante e sulle emissioni di CO2 dei modelli disponibili sul mercato delle autovetture
8. **Materiale promozionale**: tutto il materiale **a stampa** utilizzato per la commercializzazione, pubblicizzazione e promozione al pubblico dei veicoli. Sono compresi in questa definizione **almeno** i *manuali tecnici*, gli *opuscoli*, gli *annunci pubblicitari su giornali e riviste*, la *stampa specializzata* e i *manifesti pubblicitari*
9. **Marca**: denominazione commerciale del costruttore
10. **Modello**: descrizione commerciale della marca, del tipo e della versione di una autovettura.



Adempimenti posti a carico del Responsabile del punto vendita

1. Apposizione dell'etichetta (Art. 3 D.P.R. 84/2003)

Il responsabile del punto vendita che espone, offre in vendita o in leasing, vetture nuove (come definite al punto 1 di cui sopra) deve apporre in modo visibile su ciascun modello (sul parabrezza o nelle immediate vicinanze) presente nel punto vendita una etichetta relativa al consumo di carburante ed alle emissioni di CO₂ conforme ai requisiti di cui all'allegato del D.P.R. 84/2003.

Modalità di redazione dell'etichetta:

L'etichetta dovrà essere realizzata in **formato A4** riportando le indicazioni relative a marca, modello e carburante utilizzato dalla vettura cui si riferisce.

Il **valore del consumo di carburante** dovrà essere riportato utilizzando il rapporto "litri per 100 chilometri (*l/100 km*)" o il rapporto "chilometri per litro (*km/l*)", con **l'indicazione del primo decimale**.

Il **valore delle emissioni di CO₂** dovrà essere espresso in "grammi per chilometro (*g/km*)", valore **approssimato al numero intero più vicino**.

In coda al foglio andranno riportate le seguenti diciture:

"È disponibile gratuitamente presso ogni punto vendita una guida relativa al risparmio di carburante e alle emissioni di CO₂, che riporta i dati inerenti a tutti i nuovi modelli di autovetture";

"Oltre al rendimento del motore, anche lo stile di guida ed altri fattori non tecnici contribuiscono a determinare il consumo di carburante e le emissioni di CO₂ di una autovettura. Il biossido di carbonio è il gas ad effetto serra principalmente responsabile del riscaldamento terrestre".

Per la realizzazione e l'apposizione di tale etichetta si potrà fare riferimento al formato riportato in coda al presente documento. È opinione della scrivente che l'etichetta debba contenere solo le indicazioni prescritte e non debba essere unita ad altre indicazioni, anche di carattere tecnico, inerenti l'autovettura (dotazioni, accessori, prezzo).

Si ribadisce inoltre che le etichette andranno apposte su auto nuove, km zero, semestrali, anche se già vendute ma ancora esposte in zone accessibili al pubblico.

2. Messa a disposizione della "Guida al risparmio di carburante ed alle emissioni di CO₂" (Art. 4 comma 3 D.P.R. 84/2003)

Il responsabile del punto vendita, su richiesta del consumatore, rende disponibile gratuitamente la guida presso il proprio punto vendita.

La guida, qualora non disponibile in versione cartacea, potrà essere fornita/messa a disposizione attraverso la consultazione video della stessa o la stampa del file pdf reperibile al seguente indirizzo internet:

http://www.mn.camcom.gov.it/index.phtml?ld_VMenu=1128

3. Affissione manifesto o schermo di visualizzazione (Art. 5 D.P.R. 84/2003)

Per ciascuna marca di autovettura il responsabile del punto vendita espone un manifesto o uno schermo di visualizzazione contenente l'elenco dei dati ufficiali relativi al consumo di carburante e alle emissioni specifiche di CO₂ di tutte le autovetture nuove esposte o messe in vendita o in leasing presso o tramite tale punto vendita. Questi dati andranno affissi in modo visibile e rispettando formato e caratteristiche di cui all'allegato III del D.P.R. 84/2003.

Per le finalità sopra descritte il costruttore, relativamente ai modelli prodotti, fornisce al responsabile del punto vendita, per ciascun modello di autovettura, il manifesto in formato cartaceo o, su richiesta, in formato idoneo ad essere visualizzato nell'apposito schermo.

Descrizione delle caratteristiche del manifesto/schermo di visualizzazione

MANIFESTO

- Formato non inferiore a 70 cm x 50 cm
- Facile leggibilità

SCHERMO DI VISUALIZZAZIONE

- Formato non inferiore a 25 cm x 32 cm (17")
- Visualizzazione a scorrimento

L'elenco dei modelli andrà organizzato secondo i seguenti criteri:

- Aggregazione secondo il tipo di carburante utilizzato (benzina o diesel)
- All'interno dei due gruppi (benzina o diesel) i modelli andranno ordinati in ordine crescente di emissioni CO₂ con il modello con il minor consumo al primo posto nell'elenco
- Per ogni modello di autovettura nell'elenco figurano il valore numerico del consumo ufficiale di carburante e delle emissioni specifiche di CO₂. Il **consumo di carburante** dovrà essere riportato utilizzando il rapporto "litri per 100 chilometri (*l/100 km*)" o il rapporto "chilometri per litro (*km/l*)", con **l'indicazione del primo decimale**; il **valore delle emissioni di CO₂** dovrà essere espresso in "grammi per chilometro (*g/km*), valore **approssimato al numero intero più vicino**.

Tipo di carburante	Posizione	Modello	Emissioni di CO ₂	Consumo di carburante
Benzina	1			
	2			
	...			
Diesel	1			
	2			
	...			

Sul manifesto/schermo andranno riportate le diciture di cui alla tabella sottostante:

“È disponibile gratuitamente presso ogni punto vendita una guida relativa al risparmio di carburante e alle emissioni di CO₂, che riporta i dati inerenti a tutti i nuovi modelli di autovetture”;
 “Oltre al rendimento del motore, anche lo stile di guida ed altri fattori non tecnici contribuiscono a determinare il consumo di carburante e le emissioni di CO₂ di una autovettura. Il biossido di carbonio è il gas ad effetto serra principalmente responsabile del riscaldamento terrestre”.

4. Divulgazione materiale promozionale (Art. 6 D.P.R. 84/2003)

Il materiale promozionale divulgato, come definito dal presente regolamento, contiene i valori ufficiali relativi al consumo di carburante ed alle emissioni di CO₂ dei modelli di autovetture cui si riferisce e deve essere conforme ai requisiti di cui all'allegato IV del D.P.R. 84/2003.

Il materiale promozionale diverso da quello di cui sopra deve riportare i valori ufficiali relativi al consumo di carburante ed alle emissioni di CO₂ dei modelli di autovetture cui si riferisce.

Il decreto stabilisce una distinzione all'interno del materiale promozionale in due sottocategorie:

- *Materiale promozionale di cui al D.P.R. 84/2003*
- *Materiale promozionale diverso da quello di cui al D.P.R. 84/2003*

Materiale promozionale di cui al D.P.R. 84/2003

La lettura dell'articolo mette in evidenza come sia da considerare appartenente alla prima categoria il **materiale promozionale a stampa** (con una definizione di appartenenza espressa per **manuali tecnici, opuscoli, annunci pubblicitari su giornali e riviste, stampa specializzata e manifesti pubblicitari**); per tale categoria l'obbligo relativo alla indicazione di consumi ed emissioni viene connotato con i seguenti requisiti:

- Facile lettura
- Leggibilità ed evidenza pari alle principali informazioni fornite
- Facile comprensibilità anche ad una lettura superficiale
- Presenza dei dati relativi al consumo di tutti i modelli presenti negli opuscoli; nel caso di presenza di più modelli andrà specificato il valore del consumo ufficiale dei modelli specificati ovvero l'intervallo fra il valore più elevato e quello meno elevato, utilizzando i rapporti già espressi prima (l/100 km o km/l), con l'indicazione al primo decimale. Nel caso invece di materiale promozionale riferito ad una marca senza riferimenti a versioni o modelli particolari non andranno forniti dati relativi al consumo.

*Con riferimento alla **facilità di lettura** va evidenziato come i principali fattori che influenzano la leggibilità di un'informazione scritta sono la dimensione del testo, l'orientamento del testo, il tipo di carattere, il contrasto luminoso e cromatico tra testo e sfondo, l'interferenza con lo sfondo e la sua uniformità.*

Indicazioni su consumo ed emissioni, pur inserite nel materiale a stampa, ma presentate con caratteri di dimensione non sufficiente, o con scritta in orizzontale poco leggibile, o con sfondo cromaticamente vicino al colore dei caratteri risultano sanzionabili.

Con riferimento alla **evidenza pari alle principali informazioni fornite** va fatta una distinzione fra l'informazione e lo slogan.

Si intende per **slogan** quello strumento promozionale rivolto al consumatore che punta a colpirne l'immaginazione, senza veicolare, in genere, dati precisi. Al suo interno potranno ritrovarsi sì informazioni, ma che risultano secondarie (es: campagna rottamazione) rispetto al messaggio principale relativo ad esempio al prezzo e quindi relegate in un ambito marginale nell'ambito dell'annuncio.

L'**informazione** è invece legata a concetti precisi; è da considerarsi **informazione principale** quel tipo di informazione che fa riferimento a caratteristiche tecniche dell'autovettura (es. presenza di particolari dispositivi di sicurezza, quali ABS o airbag vari, o dati su velocità/accelerazione). I dati su consumi ed emissioni andrebbero perciò evidenziati almeno allo stesso modo. Nel caso in cui i dati su consumi ed emissioni vengano riportati in maniera meno evidente di tali informazioni, l'annuncio andrà ritenuto sanzionabile.

Con riferimento alla **facile comprensibilità anche ad una lettura superficiale** attenzione andrà prestata sull'utilizzo di un linguaggio adeguato in tal senso.

Con riferimento **ai dati relativi ai consumi**, ritenuto non problematico l'uso di dizioni quali *ciclo urbano, extraurbano, misto combinato* che rientrano nell'ordinario linguaggio degli automobilisti, l'attenzione andrà posta sulla presenza minima del dato relativo al ciclo combinato, specificandone la natura.

Sarà perciò da sanzionare un annuncio che riporti genericamente l'espressione "Consumi: ... l/100km (o km/l)".

Per le autovetture aventi doppia alimentazione (es. benzina/GPL o metano), è considerato accettabile l'annuncio che riporti i soli dati relativi al gas.

Materiale promozionale diverso da quello di cui al D.P.R. 84/2003

Per tale materiale, individuato in maniera residuale in quanto non compreso nel dettato di cui all'articolo 6 del D.P.R. 84/2003, esiste comunque l'obbligo di indicazione dei valori ufficiali relativi a consumo di carburante ed emissioni di CO₂ senza le prescrizioni specifiche di cui sopra.

Risultando l'individuazione del materiale di cui al D.P.R. 84/2003 connotato in maniera specifica sulla Stampa, il materiale di cui al presente capitolo appare essere comprensivo degli altri materiali promozionali non diffusi a mezzo stampa (materiale radiofonico, televisivo.....).

Vigilanza e sanzioni

Attività di vigilanza (Art. 10 D.P.R. 84/2003)

La vigilanza sugli adempimenti previsti dal D.P.R. 84/2003 spetta alle Camere di Commercio competenti per territorio

Sanzioni (Art. 11 D.P.R. 84/2003)

A chiunque ometta di adempiere ovvero adempia in modo incompleto o erroneo agli obblighi di cui agli articoli 3, 4, 5, 6 e 7, si applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 250 a 1.000 euro.

Il D.P.R. individua la camera di commercio come autorità competente alla vigilanza; risultano ovviamente competenti per tali controlli le autorità di controllo quali Polizia Stradale, Carabinieri, Guardia di Finanza, Polizia Municipale. Per ogni violazione accertata in virtù della Legge 689/81 sarà ammesso il beneficio del pagamento in misura ridotta che nel caso di specie comporta il pagamento della somma – per ogni violazione – di € 333,33.

Responsabile delle violazioni

Per quanto concerne gli obblighi relativi all'esposizione dell'etichetta sulle autovetture, all'affissione del manifesto, alla messa in disponibilità della Guida, appare chiaro che la violazione sarà addebitata al Responsabile del punto vendita.

Relativamente agli obblighi previsti sul materiale promozionale divulgato si farà riferimento ai soggetti committenti del messaggio promozionale.