



di Raffaella Navone

Laboratorio Gemmologico R.A.G. - Torino

## SAPERE e far sapere

### Un codice "prezioso" a tutela dei consumatori.

Il Codice del Consumo (Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, entrato in vigore il 23 ottobre 2005) raccoglie e riordina tutta la normativa a tutela dei consumatori.

Esso rende obbligatoria l'etichettatura di tutti i prodotti in commercio, riportando in modo chiaro e preciso le informazioni su qualità e sicurezza dei prodotti, affinché il consumatore finale sia in grado di scegliere ed acquistare in modo consapevole.

Il Decreto è balzato alla ribalta tra gli operatori nel campo dell'oreficeria lo scorso febbraio, quando i media hanno diffuso la notizia di controlli della Guardia di Finanza presso gli esercizi al dettaglio orafa volti ad accertarne la corretta applicazione.

I metalli preziosi sono disciplinati dal Decreto legislativo 251/1999 e dal relativo Regolamento attuativo n.150 del 30 maggio 2002, pur restando l'obbligo di informare il consumatore sulla eventuale presenza di nichel, cadmio e piombo nella lega, in quanto metalli dannosi.

I monili composti da metalli non preziosi e materiali vari, come, per esempio, titanio, rame, caucciù, ecc., vanno obbligatoriamente descritti in osservanza del Codice del Consumo, a garanzia della sicurezza del prodotto. In mancanza a tutt'oggi di

una legge specifica, rientrano pertanto nel campo di applicazione del Decreto anche le gemme.

In ottemperanza all'Art. 6 (vedi prospetto), in relazione alle informazioni minime sulle gemme da riportare in modo chiaramente leggibile sulla documentazione prescritta, punto per punto si possono fare le seguenti osservazioni:

**a)** È evidente che l'operatore ha l'obbligo di utilizzare la corretta e appropriata nomenclatura per definire la gemma.

Ne consegue che non è ammissibile, per esempio, indicare come "zircone" la zirconia cubica, come "topazio" il quarzo citrino, o utilizzare termini impropri e inadeguati, ingannevoli o discreditati, come "perla di vasca" invece di perla di imitazione.

Si ricorda che molte sostanze di interesse gemmologico appartengono al regno animale o vegetale o minerale. Si ritiene pertanto corretto utilizzare i termini propri di tali discipline senza doverne inventare di nuovi.

**b)** Vedi box

**c)** La maggior parte delle gemme proviene da Paesi fuori dall'Unione Europea. Sebbene debba essere il fornitore, grossista o importatore, a dichiararne il paese d'origine, tuttavia per ora non sussistono obblighi

in merito, secondo quanto affermato da Federpreziosi nei suoi comunicati, e quindi la specificazione può essere considerata semplicemente un valore aggiunto.

Per completezza di informazione, ricordiamo che allo stato attuale delle conoscenze scientifiche rubino, zaffiro, smeraldo, tormalina paraiba sono le uniche gemme alle quali alcuni laboratori gemmologici possono attribuire a posteriori, con ragionevole certezza, una provenienza geografica. Ma per il diamante, tanto per citare la gemma sempre più richiesta, attualmente non esiste un test scientifico in grado di appurarne la provenienza. E lo stesso vale per tutti gli altri materiali gemmologici.

Quindi, il problema riguarda ancora il fornitore e la tracciabilità del materiale.

**d)** Gemme nocive? Qui, forse, qualcuno potrebbe sollevare la questione dei trattamenti effettuati con certe sostanze costituite da, o contenenti, elementi chimici pericolosi, come il riscaldamento con aggiunta di berillio su alcuni corindoni, l'infiltrazione delle fessure di alcuni diamanti e rubini con vetro al piombo. Il Gem and Jewelry Institute of Thailand (C. Sutthirat, *Durability and safety testing of lead glass-treated ruby and beryllium-treated sapphire,*

*and environmental impact assessments, in Gems & Gemology*, vol. 47, n° 2, Summer 2011, pag. 121) ha condotto degli studi riguardo all'impatto su salute e ambiente del vetro al piombo infiltrato nei rubini e sul riscaldamento con aggiunte di berillio nei corindoni.

I risultati, ottenuti secondo le procedure internazionalmente accettate, hanno dimostrato che le concentrazioni di Pb e di Be erano estremamente basse e pertanto le pietre risultavano sicure per il normale utilizzo. Ted Themelis, famoso autore e operatore di trattamenti di Bangkok, intervistato dalla scrivente, ha dichiarato: "Per quanto mi risulta, non ho mai sentito di un caso di malattia provocata a persone che indossassero pietre trattate con vetro al piombo o con berillio. Come noto, queste pietre sono già in soluzione solida [N.d.A. bloccate chimicamente] e non emettono alcuna energia che possa essere pericolosa per il corpo umano. I pericoli per la salute dovuti a Pb e/o Be sono ben noti per coloro che effettuano i trattamenti solo durante il processo come chiaramente spiegato nei miei libri...".

Va considerato che i servizi di bicchieri o ninnoli o materiali sfaccettati in cosiddetto "cristallo" di famosi brand, sono in realtà composti di vetro contenente piombo e pare non siano noti casi di conseguenze sulla salute degli utilizzatori.

Quanto all'irraggiamento o al bombardamento per modificare il colore di alcuni materiali, in Italia non esistono specifiche disposizioni di legge in proposito che impongano i limiti ammissibili di radioattività residua. Molti produttori si attengono quindi ai parametri stretti dettati da U.S. NRC (United States Nuclear Regulatory Commission: <http://www.nrc.gov/reading-rm/doc-collections/fact-sheets/irradiated-gemstones.html>), garantendo così l'innocuità delle pietre da loro impiegate. Sempre per completezza di informazione, evidenziamo l'esistenza di casi in cui il trattamento non è identificabile a posteriori in laboratorio gemmologico. Esempio tipico è il topazio azzurro, il cui colore è risaputo essere la conseguenza del trattamento, ma tutt'oggi non è dimostrabile tecnicamente. Spetta quindi al fornitore garantirne la sicurezza.

**e)** A prescindere dall'aspetto "sicurezza", è comunque chiaro che vanno segnalati eventuali trattamenti. Al di là delle remore di alcuni commercianti, i trattamenti, in quanto modificano l'aspetto delle gemme e ne determinano qualità e caratteristiche, vanno dichiarati. Si pensi, ad esempio, a uno smeraldo infiltrato con resine, il cui valore, a parità di bellezza, dimensioni, forma e taglio è inferiore a quello di uno smeraldo non infiltrato.

**f)** Dovrebbero venire segnalate le caratteristiche di durezza, resistenza agli urti e all'abrasione, alle sostanze chimiche, al calore e all'esposizione a luci intense, almeno per alcune gemme sensibili, come perle, opale, kunzite, e per alcuni trattamenti poco stabili, come quelli sopra citati. I consigli per la corretta conservazione e manutenzione consentiranno di preservare inalterata nel tempo la bellezza delle gemme con

soddisfazione del cliente. Interpellato, Steven Tranquilli, direttore di Federpreziosi-Confcommercio, commenta: "trasparenza e chiarezza, oltre a rappresentare le chiavi di crescita per le aziende orafe, sono più che mai all'ordine del giorno in tutti i settori e in tutti i campi, e proprio una categoria come quella orafa, spesso oggetto di attenzioni non proprio benevole, dovrebbe appoggiare ogni iniziativa intesa a una sempre maggiore qualificazione della professionalità, ostacolando di fatto la concorrenza sleale di chi, anche per semplice incompetenza (se non si vuole parlare di dolo), usa terminologie poco appropriate che possono indurre in errore l'acquirente".

Lasciamo le conclusioni a Rinaldo Cusi, presidente del Collegio Italiano Gemmologi: "Si possono fare alcune considerazioni basilari. Risulta evidente che una legislazione specifica dedicata alle gemme è altamente auspicabile. Da ormai quasi dieci anni esistono progetti di legge che purtroppo non hanno ancora avuto l'approvazione definitiva del Parlamento e, dati i tempi, non sembra che possa incontrare a breve l'interesse delle varie forze politiche.

Di fatto i pochi articoli generici di legge già esistenti, applicabili al commercio e alla lavorazione delle gemme, appaiono del tutto insufficienti alla soluzione dei problemi gemmologici [N.d.A. oltre al Codice del Consumo, Codice Penale, Titolo VIII, capo II, art. 515, "Frode nell'esercizio del commercio"; per le gemme ottenute da specie protette di flora e fauna si veda Convenzione Internazionale CITES - [www.cites.org](http://www.cites.org) - Federpietre Informa, Anno XII - Numero 1 - Gennaio 2012, pagg. 25-29].

D'altro canto è bene che gli operatori del settore tengano ben presente tali articoli e vi si attengano il più strettamente possibile. A questo scopo sarebbe bene che tutti coloro

che per lavoro hanno a che fare con le gemme possedessero un minimo di conoscenze tecniche gemmologiche. In tal modo sarebbero in grado di individuare la natura e la gravità di eventuali problemi e avrebbero la possibilità di valutare con cognizione di causa l'eventuale necessità dell'intervento del gemmologo-analista professionista. Un valido aiuto per coloro che operano nel campo delle gemme è costituito dalle Norme UNI (10245 Materiali gemmologici. Nomenclatura; 10173 Classificazione del

taglio; 9758 Diamante - Terminologia, classificazione, caratteristiche e metodi di prova) stilate da apposite commissioni di tecnici e commercianti altamente qualificati. Non trattandosi di leggi vincolanti, quando liberamente adottate e accettate dalle parti in causa, tali normative possono costituire terreno comune di confronto in caso di contenziosi".

Ringrazio il dott. Carlo Trossarelli per gli utili consigli su questo articolo. R. N.

### CODICE DEL CONSUMO

D. Lgs. 6 Settembre 2005 - n. 206

#### Capo I - Disposizioni Generali

##### Art. 5. OBBLIGHI GENERALI

1. Fatto salvo quanto disposto dall'articolo 3, comma 1, lettera a), ai fini del presente titolo, si intende per consumatore o utente anche la persona fisica alla quale sono dirette le informazioni commerciali.

2. Sicurezza, composizione e qualità dei prodotti e dei servizi costituiscono contenuto essenziale degli obblighi informativi.

3. Le informazioni al consumatore, da chiunque provengano, devono essere adeguate alla tecnica di comunicazione impiegata ed espresse in modo chiaro e comprensibile, tenuto anche conto delle modalità di conclusione del contratto o delle caratteristiche del settore, tali da assicurare la consapevolezza del consumatore.

##### Capo II - Indicazione dei prodotti

##### Art. 6. CONTENUTO MINIMO DELLE INFORMAZIONI

1. I prodotti o le confezioni dei prodotti destinati al consumatore, commercializzati sul territorio nazionale, riportano, chiaramente visibili e leggibili, almeno le indicazioni relative:

a) alla denominazione legale o merceologica del prodotto;

b) al nome o ragione sociale o marchio e alla sede legale del produttore o di un importatore stabilito nell'Unione europea;

c) al Paese di origine se situato fuori dell'Unione europea;

d) all'eventuale presenza di materiali o sostanze che possono arrecare danno all'uomo, alle cose o all'ambiente;

e) ai materiali impiegati ed ai metodi di lavorazione ove questi siano determinanti per la qualità o le caratteristiche merceologiche del prodotto;

f) alle istruzioni, alle eventuali precauzioni e alla destinazione d'uso,

ove utili ai fini di fruizione e sicurezza del prodotto.

##### Art. 7. MODALITÀ DI INDICAZIONE

1. Le indicazioni di cui all'articolo 6 devono figurare sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti nel momento in cui sono posti in vendita al consumatore. Le indicazioni di cui al comma 1, lettera f), dell'articolo 6 possono essere riportate, anziché sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti, su altra documentazione illustrativa che viene fornita in accompagnamento dei prodotti stessi.

##### Art. 8. AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Sono esclusi dall'applicazione del presente capo i prodotti oggetto di specifiche disposizioni contenute in direttive o in altre disposizioni comunitarie e nelle relative norme nazionali di recepimento.

2. Per i prodotti oggetto di disposizioni nazionali in materia di informazione del consumatore, le norme del presente capo si applicano per gli aspetti non disciplinati.

##### Art. 9. INDICAZIONI IN LINGUA ITALIANA

1. Tutte le informazioni destinate ai consumatori e agli utenti devono essere rese almeno in lingua italiana.

2. Qualora le indicazioni di cui al presente titolo siano apposte in più lingue, le medesime sono apposte anche in lingua italiana e con caratteri di visibilità e leggibilità non inferiori a quelli usati per le altre lingue.

3. Sono consentite indicazioni che utilizzino espressioni non in lingua italiana divenute di uso comune.

##### Art. 11. DIVIETI DI COMMERCIALIZZAZIONE

1. È vietato il commercio sul territorio nazionale di qualsiasi prodotto o confezione di prodotto che non riporti, in forme chiaramente visibili e leggibili, le indicazioni di cui agli articoli 6, 7 e 9 del presente capo.