

## Etichettatura e consumi responsabili: campagna Prodotti sicuri

13 January 2020

Â

In un mercato sempre piÃ¹ globale e in continua evoluzione, acquisiscono un'importanza crescente le informazioni contenute sulle etichette o sulle confezioni dei prodotti, che attestano e garantiscono la loro conformitÃ  alle norme di legge europee. Le etichette sono infatti la sintesi di un gran numero di preziose informazioni ed Ã¨ utile saperle leggere in maniera corretta, per essere certi di acquistare un prodotto non solo realizzato, ma anche immesso e distribuito nel mercato italiano secondo le regole. Un tema significativo, al centro della campagna Prodotti sicuri, progetto informativo finanziato e sviluppato dal ministero dello Sviluppo economico - Direzione generale Mercato, consumatori e utenti e realizzato da Unioncamere. Obiettivo: aiutare consumatori e imprese a trovare risposta a questo tipo di domande, dando vita ad una serie di attivitÃ  di comunicazione rivolte sia ai consumatori â€ affinchÃ© diventino sempre piÃ¹ sensibili e preparati in tema di etichettatura dei prodotti â€ che alle imprese, per spingerle a immettere sul mercato prodotti con informazioni complete, corrette e a norma di legge, a tutela del mercato e dei consumatori.Â

Fulcro di tale attivitÃ  informativa Ã¨ il sito web [www.prodottisicuri.it](http://www.prodottisicuri.it), contenente tutto quello che c'Ã¨ da sapere sulle informazioni obbligatorie e le attivitÃ  di vigilanza relative all'etichettatura dei prodotti e al controllo sulla conformitÃ , funzioni svolte dal ministero dello Sviluppo economico, che le esercita avvalendosi delle Camere di commercio e della Guardia di Finanza. La progettazione e implementazione del sito web Ã¨ stata affidata da Unioncamere a SiCamera, che si Ã¨ occupata anche degli altri aspetti della campagna Prodotti sicuri. In particolare:

Â

CreativitÃ  della campagna di sensibilizzazione e realizzazione di diversi materiali grafici, come le guide informative all'etichettatura per ognuno dei settori merceologici individuati per il progetto: calzature, tessuti, giocattoli, elettrodomestici e dispositivi elettrici;

azioni di comunicazione tramite Facebook (organiche e a pagamento);

progettazione e pubblicazione di annunci stampa e banner web su testate nazionali;

progettazione e realizzazione di un'azione di promozione/sensibilizzazione dei consumatori presso 6 centri commerciali del territorio, tramite l'allestimento di corner promozionale presidiati da personale che ha distribuito materiali informativi.

Â