

# I consumatori svizzeri chiedono un indice di riparabilità

Da un sondaggio condotto su scala nazionale dall'Alleanza delle organizzazioni dei consumatori (ACSI, SKS, FRC) emerge un largo supporto (98%) per un sistema di etichettatura che valuti la riparabilità di prodotti come elettrodomestici o apparecchi elettronici. I consumatori svizzeri vogliono prodotti che durino più a lungo e siano riparabili, anche a costo di pagarli di più. Un dato che stimola l'ACSI e l'Alleanza a proseguire nell'impegno su questo tema, dimostrato anche dal progetto Caffè riparazione. Le rivendicazioni dei consumatori verranno ora portate in Parlamento a Berna.

**S**ì, vogliamo anche noi un sistema di etichettatura che valuti la riparabilità di alcune tipologie di prodotti. È quello che afferma la schiacciante maggioranza dei 2'665 consumatori svizzeri che hanno preso parte ad un sondaggio dell'Alleanza il mese scorso. Una partecipazione che dimostra il forte interesse suscitato dalla tematica della riparabilità.

Vi è un crescente rifiuto da parte dei consumatori di accettare uno status quo dove viene promossa l'idea di gettare un prodotto non appena presenta qualche problema anziché provare a ripararlo, in particolar modo se si tratta di elettrodomestici anche costosi.

Risulta dal resto difficile non tracciare un collegamento fra la tematica della riparabilità degli oggetti e quella dell'obsolescenza programmata. Perché non è un segreto per nessuno che le aziende produttrici preferiscano solitamente che si acquisti un nuovo prodotto anziché riparare quello vecchio.

## Sta nascendo il diritto alla riparazione

In seguito all'introduzione da parte dell'UE del concetto di diritto alla riparazione, in Francia a partire dal 2021 smartphone, computer portatili, televisori, lavatrici e tagliaerba saranno i primi prodotti a dover essere muniti di un'etichetta denominata "indice di riparabilità", che valuterà il grado di riparabilità dei prodotti secondo criteri oggettivi.

I prodotti saranno così contrassegnati con valori da 1 a 10 e una scala cromatica dal rosso al verde. In questo modo il consumatore potrà farsi un'idea sulla riparabilità, e dunque sulla longevità, del prodotto che sta valutando di acquistare.

La valutazione dipenderà da cinque criteri: la documentazione fornita dal produttore; la facilità con la quale il prodotto può essere smontato; la disponibilità di pezzi di ricambio; il rapporto fra il costo



del pezzo di ricambio più caro e il prezzo del prodotto intero; un quinto criterio specifico alla categoria del prodotto in questione (nel caso degli smartphone, per esempio, verranno valutati gli aggiornamenti software).

La speranza è che tutto questo porti i produttori a proporre prodotti più longevi e riparabili, a vantaggio dell'ambiente e del portafoglio.

## Un tema molto sentito dalla maggioranza dei consumatori

Per la maggioranza dei partecipanti al sondaggio la possibilità che un elettrodomestico duri a lungo è un fattore decisivo (64%) o importante (35%) nella scelta di acquisto. Solo l'1% lo ritiene un fattore secondario.

Un'etichetta che valuti secondo criteri oggettivi la riparabilità dei prodotti sarebbe un fattore decisivo (58%) o importante (39%) per la netta maggioranza dei consumatori.

I favorevoli all'etichetta rappresentano il 98%, i contrari soltanto il 2%. Il 96% sarebbe disposto a pagare di più per un prodotto che fornisca precise garanzie in fatto di riparabilità, anche se il 38% precisa: solo di poco.

Il 97% afferma di aver già dovuto buttare almeno una volta un oggetto ancora in buono stato soltanto perché il costo della riparazione era troppo elevato o

non erano disponibili i pezzi di ricambio. Al 34% è successo "molte volte". Il 77% sarebbe favorevole a un divieto alla vendita di alcuni prodotti impossibili da riparare. Un 20% circa si dice contrario a un divieto alla vendita, ma vorrebbe che la non-riparabilità di questi prodotti venisse indicata chiaramente sull'etichetta.

## L'Alleanza si muoverà a Berna

Grazie a questo sondaggio, l'Alleanza delle organizzazioni di difesa dei consumatori dispone di dati concreti sulle aspettative dei consumatori e potrà utilizzarli per portare delle nuove rivendicazioni a Berna e cercare di far evolvere la legislazione nelle prossime sessioni del Parlamento.

Tutto questo nel tentativo di fornire ai consumatori gli strumenti giusti per difendersi dai prodotti "usa e getta" e portare a un'offerta più sostenibile. Al contempo, gli eventi Caffè riparazione proseguiranno con maggiore frequenza non appena la situazione sanitaria legata al COVID-19 lo consentirà.

Nella Svizzera italiana la netta maggioranza dei partecipanti al sondaggio ha del resto affermato che pur conoscendo i Caffè riparazione, non ne ha mai frequentato uno (69,3%), a fronte di un 16,4% che ha già partecipato una volta e di un 8,8% che ha portato qualcosa da riparare a più di un evento Caffè riparazione.