

TITULO: CAMPAÑA NACIONAL ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES

COMUNIDAD AUTÓNOMA: COMUNIDAD DE MADRID

OBJETIVO: El objetivo de la campaña es comprobar que los productos textiles puestos a disposición de los consumidores, tanto en establecimientos físicos como online, cumplen con las exigencias establecidas en la normativa vigente respecto a la información facilitada a los consumidores y usuarios a través del etiquetado y marcado

Nº Y TIPO DE MUESTRAS: 60

Nº DE MUESTRAS CORRECTAS Y %: 22 muestras correctas; 36,66 %

Nº DE MUESTRAS INCORRECTAS Y %: 38 muestras incorrectas; 63,33 %

RESULTADOS MAS SIGNIFICATIVOS:

La campaña se ha realizado 100 por cien online. Siendo conscientes que los etiquetados “físicos” de las prendas textiles, reúnen los requisitos establecidos en la normativa, se ha entendido que la campaña debería centrarse en el control de la información que, de la composición, se realiza a través de las prendas cuya venta se realiza a distancia (online). Los resultados han corroborado la idea inicial que la información sobre la composición de las prendas vendidas a distancia no se realiza conforme la normativa vigente, careciendo absolutamente de este dato casi en el 63 por ciento de las prendas muestreadas, que refieren exclusivamente la definición o composición al margen de las obligaciones establecidas en la norma.