



Utente: f.picciolini [Esci](#)  
 ilsole24ore.com, 15/10/2013

- Home [Home](#)
- Search [Search](#)  
[Ricerca Pdf](#)
- Analytics [Analytics](#)
- Agenti [Agenti](#)
- Cartelle [Cartelle](#)
- Profilo [Profilo](#)
- Guida [Guida](#)  
[Manuale Analytics](#)

Consumatori in cerca di una rappresentanza più autonoma e professionalizzata

-  [Web](#)
-  [Stampa articolo](#)
-  [Invia ad un amico](#)
-  [Esporta](#)
-  [Copia collegamento](#)



Un consumatore sfiduciato, sofferente, ai margini dell' Europa che "conta", nella quale ha maggiore fiducia che in passato, ma che ritiene lontana dai propri bisogni e soprattutto dal proprio territorio. Con rapporti problematici con le imprese, alle quali chiede più attenzione. Fiducioso nelle associazioni dei consumatori, che però vuole più vicine, più autonome e più professionalizzate. È il quadro che emerge nella ricerca di Ipsos in Italia, Francia, Polonia, Spagna, Germania e Regno Unito, che rappresenta la quinta edizione dell' Osservatorio sulle tendenze dei consumatori e le abitudini di consumo di Consumers' Forum, think thank che riunisce, tra l' altro, le maggiori associazioni di consumatori, le più importanti imprese industriali e di servizi e loro associazioni di categoria. Ne hanno discusso oggi Roma il neo commissario europeo per i Consumatori Neven Mimica, il vice Ministro dello Sviluppo Economico Antonio Catricalà, il presidente del Censis Giuseppe De Rita, l' ad di Ipsos Italia Nando Pagnoncelli, in occasione di **"Consumeeting 2013. Consumatori, Imprese e Istituzioni: idee a confronto"**, la prima edizione di una assemblea generale dei principali stakeholder del consumerismo italiano ed europeo (si prosegue domani con un workshop e una tavola rotonda su "Diritto, liberalizzazioni e competitività, quali prospettive per i consumatori"). Consumerismo frammentato Un appuntamento nel quale è stata analizzata anche una ricerca della Fondazione

## Oggi

GIO [Consumers' Forum a Roma:](#)  
 17/10 ["Liberalizzazioni, una strada per](#)  
 00.30 [modernizzare l' Italia"](#)

 [quotidianonet.com](#)

GIO [Enel, confronto su clienti e](#)  
 17/10 [conciliazioni](#)  
 05.35

 [L'Unione Sarda](#)

GIO [EconomiAmica](#)  
 17/10

Censis che tratteggia un consumerismo italiano frammentato e disomogeneo a livello territoriale, eccessivamente personalizzato e troppo urlato. Per il Censis, perciò il movimento consumerista deve andare oltre, ripensando alcuni comportamenti consolidati. Non più solo assistenza legale ex-post e organizzazioni più forti, più rappresentative e più specializzate per settori. documenti Abstract Ipsos Consumeeting 2013 Abstract Ipsos Consumeeting 2013 documento finale Empowerment e più trasparenza del mercato Non solo. Per il Censis il nuovo rapporto con il consumo deve misurarsi con gli effetti della crisi in atto. E la corsa al basso prezzo sempre e comunque che viene fatto proprio da tanti consumatori "alla ricerca di un nuovo equilibrio di budget", unito alla spending review di tante imprese rischia di generare "un imbarbarimento di segmenti di mercato, dove è alto il rischio di una rassegnazione sociale alla bassa qualità e una sorta di accettazione passiva delle lesioni di diritti del consumatore". E' questo un terreno di sfida per il consumerismo di grande rilievo, in cui è fondamentale la capacità di "operare ex ante", con una "produzione di flussi informativi di qualità utilizzabili dai consumatori", nonché con una capacità di monitoraggio e proposta relativamente alla "trasparenza dei meccanismi di mercato". Al contempo è importante promuovere empowerment dei consumatori, mettendoli "nelle condizioni di scegliere prodotti e servizi in relazione alle proprie esigenze, incluse quelle valoriali". Necessità di evolvere "Il consumerismo italiano oggi, per crescere e far fronte alle nuove esigenze dei consumatori e del movimento stesso, deve essere capace di evolvere - ha detto Fabio Picciolini, presidente di Consumers' Forum - facendo proprie le conclusioni che emergono chiaramente dalle due ricerche omogenee e complementari. In questo contesto, Consumers' Forum può avere un ruolo sempre più fondamentale come luogo di incontro, confronto e dialogo fra associazioni, imprese e istituzioni, con il contributo accademico degli specialisti".

10.10



Movimento Consumatori

GIO [Energia, sos per i consumatori A](#)17/10 [rischio il mercato libero](#)

05.36



Quotidiano di Sicilia

GIO [UDINE - Tema complesso ma di](#)17/10 [grande importanza quello affrontato](#)06.02 [ieri da «Future ...](#)

Il Gazzettino (ed. Udine)

### In settimana

MER [Consumatori italiani tra luci e](#)16/10 [ombre](#)

10.59



Vita non profit

LUN [Diritti, risparmio, liberalizzazioni, a](#)14/10 [Roma gli 'stati generali' dei consumi](#)

12.15



Kataweb

MAR [Crisi, gli italiani sono i più pessimisti](#)15/10 [d' Europa: tagliano i consumi più di](#)18.18 [tutti](#)

ilsole24ore.com

MAR [Crisi, gli italiani sono i più pessimisti](#)15/10 [d' Europa: tagliano i consumi più di](#)16.49 [tutti](#)

ilsole24ore.com

MAR [Liberalizzazioni energetiche e diritti](#)

15/10 [dei consumatori](#)

15.40



Vita non profit

Volocom srl - Info e assistenza: mail. [info@volocom.it](mailto:info@volocom.it) | tel. +39 02 8945 3023 | fax: 02 8945 3500 | Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress 2013- 2016



