

Focus Europa

insetto della newsletter Dialogo Aperto

n. 5

Giornata Europea del Consumatore, i nuovi modelli di consumo passano dalla sharing economy

Mercato Unico Digitale, un'anticipazione della strategia della Commissione Europea

Martin Siecker, presidente sezione Mercato unico, produzione e consumo del Cese: "Dobbiamo colmare il gap tra le intenzioni e le azioni del consumatore"

Giornata Europea del Consumatore, i nuovi modelli di consumo passano dalla sharing economy

Il 16 marzo si è celebrata a Bruxelles la 17^a Edizione della Giornata europea del Consumatore: istituita per la prima volta nel 1999, questa ricorrenza ha l'obiettivo di diffondere le attività dell'Unione Europea a tutela del consumatore e promuovere presso i consumatori la conoscenza dei propri diritti e doveri. La Giornata di quest'anno è stata dedicata ad alcuni temi che, negli anni della crisi, sono diventati centrali nelle scelte di consumo, ovvero **"responsabilità, sostenibilità, libertà dai sensi di colpa"**. Durante questi lunghi anni di crisi economica e finanziaria, le abitudini di consumo si sono modificate in modo evidente e sono emerse alcune nuove tendenze che stanno avvicinando il consumatore ad essere sempre più consapevole delle proprie scelte. Si consuma meno perché si ha meno disponibilità economica, ma anche perché si è messo in discussione quel modello consumistico che ha caratterizzato il ventennio precedente. La smania di accumulare beni di cui spesso non si ha neanche bisogno ha lasciato il passo ad una più attenta valutazione di cosa, come e quanto si consuma. Si guarda con maggiore attenzione non solo al rapporto qualità-prezzo, ma anche ad una serie di parametri che sono diventati centrali nell'opinione pubblica: gli effetti sull'ambiente, i rischi per la salute e la sicurezza del consumatore, la trasparenza dell'informazione che accompagna il prodotto. Insomma possiamo sostenere che **l'era del consumo insensato è finita mentre prende sempre più piede l'era del consumo partecipativo e della sharing economy**. Chi non ha ancora fatto un'esperienza di condivisione, presto ne avrà occasione visto il grande successo e l'elevata diffusione di alcuni esperimenti (vedi il sito di passaggi Blablacar o i servizi di noleggio auto all'interno delle città).

[Consumo responsabile e sharing economy sono sta-](#)

[te al centro della Giornata europea del consumatore organizzata a Bruxelles presso il Comitato economico e sociale europeo.](#) Il presidente del Cese Henri Malosse ha sottolineato la necessità di incoraggiare il consumo responsabile invitando tutti a fare la loro parte: i consumatori, attraverso le loro scelte, e le aziende, attraverso i loro metodi di produzione che devono soddisfare il crescente desiderio dei clienti verso stili di vita più sani e più sostenibili. **Già un anno fa, in un parere pubblicato a gennaio 2014 sul consumo collaborativo, il Cese evidenziava:** "Il consumo collaborativo o partecipativo si estende a una serie sempre maggiore di comunità e città di tutto il mondo, che utilizzano le reti tecnologiche per fare di più con meno grazie ad attività come l'affitto, il prestito, lo scambio, il baratto, il regalo oppure condividendo prodotti su una scala che precedentemente non era immaginabile". Questo dunque **"costituisce anche una soluzione alla crisi economica e finanziaria in quanto rende possibile lo scambio in caso di necessità"**.

E dal consumo collaborativo alla sharing economy il passo è breve: si tratta di forme interessanti e innovative di economia che si stanno diffondendo in molti settori di consumo e che pongono nuove sfide come la costruzione della fiducia dei consumatori e la necessità di un quadro giuridico a tutela dei consumatori. Proprio su questo tema si è espresso il nuovo Commissario europeo per la giustizia, la tutela dei consumatori e l'uguaglianza di genere Věra Jourová che ha partecipato alla Giornata Europea del Consumatore presso il Cese.

Jourová ha sottolineato come "la sharing economy sia un'opportunità per le imprese e per i consumatori, poiché può rendere i mercati più competitivi e può offrire ai consumatori una scelta più ampia, prezzi

migliori e modalità di consumo più sostenibili". "La mia opinione è che la sharing economy aumenti la responsabilità dei consumatori", ha proseguito Věra Jourová esprimendo apprezzamento per i nuovi strumenti (come le App) e la loro diffusione fra i giovani. Tuttavia "chi usa le applicazioni della sharing economy e i suoi benefici deve essere consapevole del fatto che agisce in una sfera senza regole e diritti, al di fuori della rete di protezione della legislazione esistente".

A tal proposito la posizione di Věra Jourová è chiara: queste nuove forme di consumo devono rispettare in pieno, senza indebolirli, i diritti dei consumatori e le regole di salute e sicurezza, ma nello stesso tempo le norme comunitarie non devono essere un ostacolo al loro sviluppo.

"Con le grandi opportunità arrivano grandi responsabilità" ha precisato il Commissario riferendosi al discusso tema delle tasse: **"Le tasse che sono dovute devono essere pagate"**. "Per far sì che la Direttiva sui diritti dei consumatori (Consumer Rights Directive) sia efficace - ha concluso Jourová - è necessario che questa sia conosciuta meglio a tutti i livelli, sia da parte dei consumatori sia da parte dei commercianti. I diritti dei consumatori sulla carta sono buoni, ma i diritti che i consumatori mettono davvero in pratica sono sostanziali. **Ecco perché, da maggio dello scorso anno, stiamo avviando una campagna di sensibilizzazione in 8 Stati membri dell'UE per diffondere il messaggio che i consumatori hanno dei robusti diritti, sia online e offline. E diffonderemo questa campagna quest'anno in altri 6 Stati"**.

Mercato Unico Digitale, un'anticipazione della strategia della Commissione Europea

Alla base di tutte queste nuove forme di consumo c'è lo sviluppo del mercato unico digitale e il Commissario europeo per la giustizia, la tutela dei consumatori e l'uguaglianza di genere, Věra Jourová, ha ribadito quanto sia importante, per la [Commissione Juncker, consentire ai consumatori di essere protagonisti anche nel mercato unico digitale](#). Per questo a **maggio la Commissione lancerà la Strategia per il mercato unico digitale, affinché si superino le barriere contro cui quotidianamente si scontrano cittadini e imprese: dal geoblocco e dalle inefficienze nella consegna dei pacchi oltre frontiera ai servizi digitali non connessi. Troppo spesso i servizi digitali non oltrepassano i confini nazionali e a Bruxelles si sta lavorando per creare un [mercato unico digitale](#) che sia davvero in grado di estendere all'ambiente digitale tutte le libertà acquisite nel mercato unico, incentivando crescita e occupazione.**

Ad una settimana dalla Giornata Europea del Consumatore, **il collegio dei Commissari europei che si stanno occupando della strategia per il mercato unico digitale ha avuto una prima discussione in cui si sono definiti 3 ambiti principali** su cui si concentrerà l'azione della Commissione durante il suo mandato:

1. **Migliore accesso ai beni e ai servizi digitali da parte di consumatori e imprese.**
 - **Semplificazione del commercio elettronico transfrontaliero**, soprattutto per le PMI, grazie a **norme armonizzate in materia di contratti e consumatori e a una consegna dei pacchi più efficiente ed economicamente accessibile**. Oggi solo il 15% dei consumatori fa acquisti online da altri Stati membri, il che non dovrebbe sorprenderci, visto che le spese di consegna finiscono per essere superiori al

prezzo effettivo del prodotto.

- **Lotta al geoblocco:** troppi europei non possono utilizzare i servizi online disponibili in altri paesi dell'UE, spesso senza alcuna giustificazione, o vengono reindirizzati verso un negozio locale con prezzi diversi. Una tale discriminazione non è concepibile in un mercato unico.
- **Modernizzazione delle norme in materia di diritto d'autore** per garantire il giusto equilibrio tra interessi degli autori e interessi degli utenti o dei consumatori. Tale intervento migliorerà l'accesso alla cultura, sostenendo così la diversità culturale, e allo stesso tempo sbloccherà nuove opportunità per artisti e creatori di contenuti e garantirà una maggiore tutela dei diritti.
- **Semplificazione del regime IVA,** fattore importante per incentivare le attività transfrontaliere delle imprese, soprattutto le PMI. I costi e la complessità derivanti dal fatto di dover interagire con le norme tributarie di altri paesi rappresentano un grosso problema per le PMI. Secondo le stime, i costi legati all'IVA derivanti dall'applicazione di disposizioni diverse ammontano a 80 miliardi di euro.

2. Creazione di un ambiente propizio che favorisca la diffusione delle reti e dei servizi digitali .

- Tutti i servizi, le applicazioni e i contenuti digitali dipendono da connessioni internet ad alta velocità e reti sicure. Al fine di incoraggiare gli investimenti nelle infrastrutture, **la Commissione rivedrà le attuali norme in materia di telecomunicazioni e media,** perché siano più adatte a far fronte alle nuove sfide, in particolar modo per quanto riguarda i servizi utilizzati dai consumatori (ad esempio, **il numero crescente di chiamate vocali via internet**) e i nuovi attori del settore.
- **Lo spettro è fondamentale per internet e**

migliorare il coordinamento tra gli Stati membri è essenziale. L'Europa ha registrato forti ritardi nell'introduzione dell'ultima tecnologia 4G a causa dell'indisponibilità di spettro idoneo. Lo spettro non si ferma ai confini nazionali e va gestito secondo un approccio europeo per promuovere un vero mercato unico con servizi paneuropei.

- **La Commissione valuterà la crescente importanza delle piattaforme online** (motori di ricerca, social media, app store, ecc.) per una florida economia di internet, esaminando in che modo rafforzare la fiducia nei servizi online attraverso una maggiore trasparenza, come inserirli nella catena del valore online e come agevolare la rapida rimozione dei contenuti illegali.
- Oggi il 72% degli internauti europei è diffidente nei confronti dei servizi online perché teme di dover rivelare troppi dati personali. **La rapida adozione del regolamento sulla protezione dei dati è fondamentale per rafforzare la fiducia.**

A proposito di protezione dei dati personali, il Commissario Jourová ha detto: "La mia priorità sarà quella di portare a termine **la riforma della protezione dei dati e di modernizzare e semplificare le norme di consumo per gli acquisti online e digitali.** Il mercato unico digitale, una volta completato, ha il potenziale per diventare il motore della crescita economica nell'Unione europea. **Sono determinata a portare a termine i lavori sulla riforma della protezione dei dati entro la fine del 2015**".

3. Creazione di un'economia e una società digitali europee con potenzialità di crescita a lungo termine

- L'industria è l'asse portante dell'economia europea (nel solo settore manifatturiero si contano 2 milioni di aziende e 33 milioni di

posti di lavoro). **La Commissione intende aiutare tutti i settori industriali a integrare nuove tecnologie e gestire la transizione verso un sistema industriale intelligente (“Industria 4.0”).**

- **Standard:** garantire l’interoperabilità per le nuove tecnologie è essenziale per la competitività dell’Europa ed è pertanto necessario svilupparli in fretta.
- **Big Data e Cloud Computing:** affrontare le grandi sfide poste dai megadati, dalla proprietà alla protezione dei dati, passando per gli standard. L’utilizzo del cloud computing è in rapido aumento: pare che la percentuale di dati memorizzati nella “nuvola informatica” sia destinata a passare dal 20% (2013) al 40% nel 2020. Le reti e le risorse condivise possono dare impulso alla nostra economia, ma hanno bisogno di un contesto adeguato che ne favorisca la diffusione e l’utilizzo da parte di persone, aziende, organizzazioni e servizi

pubblici in tutta Europa.

- Gli europei dovrebbero inoltre poter beneficiare pienamente di **servizi elettronici interoperabili, dall’e-government all’e-health**, e sviluppare le proprie competenze digitali per cogliere le opportunità offerte da internet e aumentare le probabilità di successo nella ricerca di un lavoro.

Günther H. Oettinger, Commissario responsabile per l’Economia e la società digitali, ha dichiarato: “L’Europa non può essere all’avanguardia della rivoluzione digitale con un mosaico di 28 normative diverse per i servizi di telecomunicazione, il diritto d’autore, la sicurezza informatica e la protezione dei dati. Abbiamo bisogno di un mercato europeo, che consenta il fiorire di nuovi modelli di business e permetta alle start-up di crescere e all’industria di sfruttare l’internet delle cose. Anche le persone devono investire, migliorando le proprie competenze informatiche, in relazione sia al lavoro che al tempo libero.”

Martin Siecker, presidente sezione Mercato unico, produzione e consumo del Cese: “Dobbiamo colmare il gap tra le intenzioni e le azioni del consumatore”

Le conclusioni della Giornata Europea del Consumatore sono state affidate a Martin Siecker, presidente della sezione specializzata “Mercato unico, produzione e consumo” del Comitato economico e sociale europeo. Noi lo abbiamo intervistato.

Qual è il principale messaggio emerso da questa 17esima edizione della Giornata Europea del Consumatore?

Il messaggio più importante emerso dalla Giornata di quest’anno è che l’informazione per il consumatore è cruciale. Abbiamo a disposizione enormi quantità di informazioni e da questa mole di dati il consumatore deve riuscire a tirar fuori quello che è rilevante per

lui. Inoltre, soprattutto online, le informazioni non sono sempre oggettive e il consumatore deve mettere insieme informazioni da fonti diverse per essere sicuro che quello che ha trovato corrisponde ai fatti reali. Dunque è questa la vera sfida per i responsabili politici e per le associazioni dei consumatori: trovare il modo migliore affinché il consumatore venga correttamente informato.

Oggi le abitudini di consumo sono profondamente cambiate. Questo è più un risultato della crisi economica o della diffusione di nuovi modelli di consumo, come l’e-commerce e i gruppi d’acquisto?

Non posso sostenere che in generale siano profonda-

mente cambiate le abitudini dei consumatori. Gran parte dei consumatori mantengono le loro vecchie abitudini o cercano di adeguarle alle nuove tecnologie disponibili. Ma ci sono alcune nuove tendenze e forme di consumo che emergono in parte come conseguenza della crisi economica e in parte come conseguenza dello sviluppo del mercato digitale. Uno di questi modelli è il consumo collaborativo che - secondo il parere del Cese - offre un'alternativa interessante al tradizionale modello di consumo che era (ed è ancora) basato sull'urgenza del possesso e dell'accumulare e consumare sempre di più.

È possibile collegare questi cambiamenti ad una maggiore consapevolezza sull'importanza del consumo responsabile?

Il consumo collaborativo è sicuramente legato ad un'attitudine di maggiore responsabilità. Tu non vuoi condividere le tue cose con degli sconosciuti se non ti fidi di loro e la fiducia può crescere soltanto se i consumatori si comportano in modo responsabile. Tuttavia al di fuori del contesto di un consumo collaborativo il concetto di consumo responsabile pone ancora qualche problema. Sembra che i consumatori siano diventati sempre più consapevoli dell'impatto che l'atto del consumo ha sulla loro salute, sulla società e sul pianeta intero, ma per diverse ragioni trovano difficile cambiare i loro modelli e i loro bisogni di consumo. Ed ecco che si crea un gap tra le intenzioni dei consumatori e le loro azioni. Senza superare questo gap non potremo avere un vero consumatore responsabile. Ma la responsabilità del consumo non riguarda solo il consumatore; la responsabilità dei produttori è ugualmente cruciale. Il Cese crede che argomenti come l'obsolescenza programmata o le pratiche commerciali scorrette e

ingannevoli debbano essere affrontati.

Qual è la migliore forma di tutela del consumatore nella sharing economy?

Né il Cese, né i partecipanti alla Giornata Europea del consumatore hanno una chiara risposta a questa domanda, ma siamo tutti d'accordo che sia necessaria una forma di regolazione. E non è soltanto una questione che riguarda la protezione del consumatore, ma anche la corretta concorrenza tra le aziende: questa, ad esempio, viene distrutta da alcuni nuovi provider di servizi, come Uber o Airbnb. La sharing economy offre innovative e attraenti forme di consumo per i consumatori che cercano l'offerta migliore e modelli che corrispondono alle loro aspettative e ai moderni stili di vita. Ma si porta dietro anche alcune sfide importanti, come la concorrenza sleale o l'impossibilità di risarcire il consumatore, cui la politica deve riuscire a dare le giuste risposte.

Quale sarà lo scenario dei prossimi mesi per il consumatore europeo? Qual è la battaglia più importante da portare avanti a Bruxelles?

Nei prossimi mesi la Commissione Europea si concentrerà sulle attività di sensibilizzazione sul tema della legislazione a tutela del consumatore. Ha, inoltre, in programma di lanciare la strategia sul mercato unico digitale. Ci sono poi una serie di regolamenti che intende adottare, come quello sulla sicurezza dei prodotti, sul quale noi speriamo si riesca finalmente a fare un passo avanti nei negoziati tra Parlamento e Consiglio. Il Cese lavorerà al suo parere sui claim nutrizionali, sociali e ambientali perché crediamo che per aiutare i consumatori a fare scelte più responsabili verso l'ambiente e la società sia necessario eliminare dal mercato qualsiasi tipo di informazione ingannevole e pratica restrittiva.

REDAZIONE

Focus Europa - è l'inserto della newsletter di Consumers' Forum Dialogo Aperto, supplemento alla testata Help Consumatori.

Direttore Responsabile: Antonio Longo

Per Help consumatori: Antonella Giordano
Editore: Consumedia S.c.a.r.l. - Via dei Liburni 2 00185
Roma RM- P.IVA 08759041000
Reg. Trib. di Roma Sez. Stampa
n. 260/06 del 27 Giugno 2006

Responsabile
Consumers' Forum: Alessandra Piloni
Web master: Giacomo D'Orazio
Grafica: Valentina D'Angelo