

Obiettivo Europa

Newsletter sul semestre di Presidenza italiana del Consiglio dell'Unione europea

inserto della newsletter Dialogo Aperto

n. 1

Aspettando la Giornata Europea del consumatore

L'Agenda europea del consumatore

Intervista a Paola Testori Coggi
Direttore generale per "Salute e consumatori" alla Commissione europea

Intervista a Reine Claude Mader
Membro del Comitato Economico e Sociale Europeo



Aspettando la Giornata Europea del consumatore

Istituita nel 1999 dal Comitato economico e sociale europeo, la **Giornata europea del Consumatore si festeggia ogni anno il 15 marzo**. L'obiettivo di questa ricorrenza è quello di diffondere, a livello europeo, nazionale e locale, le azioni principali dell'Unione Europea a tutela del consumatore per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla centralità strategica del cittadino all'interno del Mercato Unico. **L'informazione sui suoi diritti e i suoi doveri** è il punto di partenza affinché il consumatore possa sentirsi protetto ed essere allo stesso tempo parte attiva per il buon funzionamento di svariati settori. Più aumenta la sua fiducia nel mercato unico, più ha la possibilità di sfruttarne a pieno le potenzialità e le nuove opportunità che si aprono in continuazione, grazie anche alle nuove tecnologie. Va ricordato che **i consumatori europei godono di diritti e tutele tra le più forti al mondo**; sono abbastanza protetti dai prodotti non sicuri, dalla pubblicità ingannevole, dai costi di roaming imprevedibili, dalle pratiche fraudolente online, da problemi nelle transazioni e dalle clausole contrattuali abusive anche nei contratti a distanza e negli scambi transfrontalieri.

L'Europa pone anche una forte attenzione al consumo sostenibile e alla responsabilità sociale di impresa, cercando di "educare" il consumatore ad orientare i suoi modelli di consumo verso queste tematiche, nonostante il periodo di crisi. Le istituzioni europee si interrogano da tempo sulla strada da percorrere per trovare un nuovo modo di produrre e di consumare attraverso l'impegno di tutti, dalle aziende alle famiglie, con la mediazione di associazioni e autorità. Stretto è il legame tra consumo sostenibile e ambiente e per questo l'Europa sta fissando nuovi obiettivi di riduzione delle emissioni dannose

per il clima, premiando le azioni più virtuose e promuovendo sempre di più le fonti rinnovabili. Una delle strade per uscire da questa crisi epocale è proprio quella di riuscire a coniugare al meglio tutto il sistema di produzione con il rispetto dell'ambiente. La politica dei consumatori è in equilibrio con queste preoccupazioni, anzi ne costituisce un elemento di soluzione.

La Vicepresidente della Commissione europea, Viviane Reding, ha ricordato più volte l'importanza di "un'offerta competitiva e di una forte domanda interna per la crescita dell'Europa". Per questo i consumatori devono essere i protagonisti delle politiche dell'UE alla stregua delle imprese. "Vogliamo incoraggiare gli acquisti transfrontalieri online e per questo gli Stati membri devono adeguare i diritti dei consumatori all'era digitale, modernizzando i sistemi di protezione dei dati, assicurando un'attuazione celere e non burocratica delle regole UE onde far sì che il diritto del consumo diventi una realtà concreta per i 500 milioni di consumatori europei".

Sono tanti i temi su cui si è posto l'accento in questi anni: **l'anno scorso, ad esempio, al centro della Giornata c'è stata la sorveglianza del mercato e la sicurezza dei prodotti**. Grazie alle politiche comunitarie si è rafforzata la tutela del consumatore nel momento dell'acquisto e dell'utilizzo dei beni e si sono messi a disposizione dei singoli Stati membri diversi strumenti per mantenere alto il livello di vigilanza. **La Commissione ha già adottato le due proposte che introducono meccanismi di risoluzione alternativa delle controversie**, anche online ([ADR/ODR](#)) per consentire ai consumatori di tutta Europa di risolvere i problemi più velocemente e con

costi ridotti. È stato introdotto un Procedimento europeo per le controversie di modesta entità che semplifica, accelera e riduce i costi delle controversie a dimensione transfrontaliera per importi fino a 2000 euro. Grazie al [portale europeo della giustizia elettronica](#), dal 2013 i consumatori hanno la possibilità di completare online i formulari per i reclami di piccola entità in una qualsiasi delle lingue

ufficiali risparmiando così tempo e fatica.

A breve verrà adottata la proposta della Commissione Europea che rivede le regole in tema di **viaggi tutto compreso**, varate nell'Unione Europea nel 1990: il contesto dei viaggi è completamente cambiato da allora e c'è bisogno di aggiornare le regole, tenendo conto del fatto che un numero crescente di persone prenota le proprie vacanze sul web.

L'Agenda europea del consumatore

A maggio scorso la Commissione Europea ha adottato [l'Agenda europea del consumatore](#) che delinea la visione strategica dei prossimi anni e crea un clima di fiducia e un quadro comune di diritti. Maggiore sicurezza, migliore informazione, repressione degli illeciti e rafforzamento dei meccanismi di reclamo, sono i punti di partenza. Entro quest'anno si attendono misure concrete.

In sintesi l'Agenda del consumatore europeo si articola in 4 obiettivi principali:

1. **Rafforzare la sicurezza dei consumatori su beni, servizi e alimenti**, rendendo più rigoroso il quadro normativo e più efficiente la sorveglianza del mercato.
2. **Migliorare gli aspetti dell'informazione**, dando al consumatore gli strumenti adeguati per comprendere i vari aspetti del consumo, dal costo reale del credito al consumo al reperimento dell'istanza cui rivolgersi per un reclamo. Un ruolo fondamentale in questo lo svolgono le associazioni dei consumatori.
3. **Migliorare la repressione degli illeciti ed assicurare un'adeguata riparazione**, considerato che il danno subito dai consumatori europei a causa di problemi che danno origine a controversia è stimato a circa lo 0,4 % del PIL dell'UE.
4. **Allineare la politica ai cambiamenti intervenuti nella società adattando il diritto del consumo all'età digitale** e affrontando i problemi che i consumatori incontrano nelle transazioni online; non dimenticando i bisogni dei consumatori vulnerabili e rendendo agevoli le scelte sostenibili.

Cinque sono i settori chiave su cui intervenire:

1. **Alimentazione**: assicurare la sostenibilità e la sicurezza.
2. **Energia**: far sì che i consumatori riescano a fruire dei prezzi più vantaggiosi nel mercato liberalizzato e sappiano meglio gestire il loro consumo energetico.
3. **Settore finanziario**: tutelare gli interessi finanziari dei consumatori e conferire loro gli strumenti per gestire le loro finanze.
4. **Trasporti**: adattare la legislazione attuale ai moderni pattern di viaggio e incoraggiare la mobilità sostenibile.
5. **Digitale**: affrontare i problemi che i consumatori incontrano e garantire la loro tutela online.

Intervista a Paola Testori Coggi Direttore generale per "Salute e consumatori" alla Commissione europea

Quel è il tema più importante oggi per la tutela dei consumatori?

Se dovessi indicare un tema su tutti, metterei l'accento sull'enforcement, cioè sul rispetto delle regole e delle leggi che già esistono in Europa, adottate in questi anni.

Noi lavoriamo molto con le agenzie e i ministeri nazionali, coordinando azioni comuni che portino al raggiungimento di quest'obiettivo. In Italia, ad esempio, l'Antitrust è un buon guardiano per la protezione del consumatore, essendo una agenzia indipendente, che ha il potere di intervenire quando non si rispettano le leggi a tutela del consumatore e della concorrenza.

Le recenti multe inflitte alle compagnie aeree, per le pratiche commerciali sleali messe in atto sui loro siti internet per la vendita dei biglietti, sono un buon esempio di quello che sto dicendo. Noi lavoriamo con i 28 Stati membri per individuare i settori più critici,

cioè quelli dove vengono rispettate meno le regole, e ogni anno durante una settimana controlliamo tutti i siti web, ad esempio quelli per la vendita dei biglietti aerei, delle suonerie del telefono, degli apparecchi elettronici, dei biglietti per eventi culturali e sportivi, del credito al consumo. In quell'occasione controlliamo che la vendita sul web rispetti le regole in materia di contratti, rimborsi, informazione al consumatore, eccetera.

In Europa c'è una buona varietà di norme a tutela del consumatore e ribadisco che il rispetto di queste leggi e il coordinamento con gli Stati membri è il punto centrale per un buon funzionamento del mercato e per aumentare la fiducia dei cittadini.

Purtroppo ad oggi non tutti i Paesi hanno un'agenzia indipendente come l'Antitrust, con poteri sanzionatori verso gli operatori che non rispettano le leggi".

Quali sono le recenti battaglie vinte, in Europa, e quali invece quelle perse nell'ambito delle politiche di protezione del consumatore?

Tra le battaglie vinte di recente voglio citare la legislazione adottata nel 2013 sulla risoluzione alternativa delle controversie che introduce procedure più semplici e rapide per trovare una soluzione quando il consumatore ha un problema con l'acquisto di un bene o di un servizio. Questo meccanismo è stato introdotto anche per tutto il commercio online transfrontaliero, con una procedura unica per tutti i consumatori europei. Questo dovrebbe contribuire ad aumentare la fiducia nel commercio online transfrontaliero che attualmente è ancora ad un livello troppo basso: il consumatore ha ancora paura

di non riuscire a far valere i suoi diritti se acquista qualcosa da un altro Stato membro. Tra le battaglie vinte voglio citare anche la nuova legge sui cosmetici che ha proibito la vendita in Europa dei cosmetici testati sugli animali. Non parliamo quindi soltanto di un divieto di testare sugli animali i cosmetici prodotti in Europa, ma anche di una messa al bando di quelli prodotti fuori dall'Europa e testati sugli animali. Si tratta di un grande segnale di attenzione verso la protezione animale, che è stato già seguito anche da India, Israele e Sud Corea.

Rispetto alle battaglie perse vorrei citare quella

sull'obbligo di indicazione di origine di tutti i prodotti di consumo. Più che persa si tratta di una battaglia ritardata perché la discussione si è stoppata a livello del Consiglio, dove siedono i 28 Stati membri: il ritardo è stato dovuto al fatto che c'è ancora un grande numero di Paesi, praticamente la metà degli Stati membri, che sono contrari ad una legge del genere. La Commissione Europea crede che sia una

norma molto importante, in grado di migliorare la tracciabilità dei prodotti, aumentando molto la sicurezza del consumatore. I paesi contrari, invece, ritengono che una norma del genere avrebbe costi troppo elevati e non darebbe una maggiore garanzia ai consumatori. La discussione è rimandata a dopo l'estate e io spero che la proposta della Commissione venga approvata.

Il consumatore europeo potrà avere un ruolo nell'uscita da questa crisi che, oltre ad essere economica, è anche una crisi di consumi e di modelli e stili di vita?

Assolutamente sì. Se pensiamo che in Europa la spesa che fanno i consumatori è pari al 60% di tutto il prodotto interno, capiamo bene che sono loro i driver dell'economia europea. Il problema è che in una situazione di crisi diminuisce la fiducia dei consumatori e dalle nostre analisi emerge uno stretto legame tra fiducia e spesa. I mercati che funzionano meglio sono quelli dove i consumatori sono più fiduciosi, anche

perché sono meglio informati su quali sono i loro diritti e sugli strumenti per vederli rispettati. Per noi il consumatore che ha fiducia è un consumatore che vive una condizione migliore rispetto al mercato e il nostro compito è quello di mettergli a disposizione tutti gli strumenti per sentirsi protetto.

Quali saranno le prossime mosse, a livello comunitario, sulla tutela del consumatore?

La priorità rimane quella di concludere l'iter di approvazione della proposta sulla sicurezza dei prodotti e mettere in campo sempre di più azioni comuni per aumentare l'enforcement.

Una piccola domanda sugli scandali alimentari: dobbiamo aspettarci sempre almeno uno scandalo all'anno oppure il sistema di allerta riuscirà presto a bloccare lo scandalo prima che si allarghi a tutti gli Stati membri (o a buona parte di loro)?

Il fatto che scoppiano delle crisi alimentari è indice del fatto che i controlli ci sono e funzionano bene. Il settore alimentare è quello più controllato di tutti e, in un mercato europeo che è sempre più unico, è normale che quando c'è un'emergenza vengano coinvolti più Stati. Voglio citare quella che è stata l'ultima emergenza alimentare a livello europeo e cioè quella della carne di cavallo: intanto va ribadito che non c'è stato alcun pericolo sanitario, ma soltanto un problema di informazione sul tipo di carne, che qualitativamente era a norma. La crisi è scoppiata

proprio perché in alcuni Paesi nordici, ad esempio l'Inghilterra, si sono fatti i controlli visto che per ragioni etiche non mangiano carne di cavallo. Ma va detto che nel giro di 32 ore avevamo identificato tutta la filiera e la catena di distribuzione, con un ritiro massiccio di prodotti e un grosso impatto economico sul settore. La nostra risposta, quindi, è stata veloce e immediata e mi sembra che spesso anche i media diano troppa enfasi alla crisi rendendo ancora più difficile la gestione della reazione dei consumatori.

Intervista a Reine Claude Mader Membro del Comitato Economico e Sociale Europeo

Secondo lei quali sono i principali progressi compiuti dalla legislazione europea sulla protezione dei consumatori? Quali sono le battaglie vinte e quelle perse dal punto di vista del Cese?

La costruzione europea è all'origine dei progressi più significativi compiuti per i cittadini dell'UE. Il trattato di costituzione dell'Unione prevede che i Paesi che desiderano entrare nella Comunità europea debbano rispettare un certo numero di principi. Tra questi c'è l'indicazione ad assicurare un alto livello di protezione dei consumatori. Il CESE è estremamente sensibile alla presa in carico degli interessi dei consumatori nelle politiche europee: lo ricorda sistematicamente, anche perché viene regolarmente ascoltato dalla Commissione o dal Parlamento sui progetti di legge. Si pronuncia attraverso pareri che vertono sulle diverse proposte. Rispetto alle ultime battaglie vinte,

voglio citare ad esempio l'agenda europea che fissa il programma di protezione dei consumatori per i prossimi anni, ma anche le indicazioni per migliorare le relazioni bancarie (diritto ad avere un conto di base, trasparenza, mobilità), o sul credito ipotecario. Nel caso del credito ipotecario le osservazioni espresse dal CESE sono state tutte prese in considerazione. Il CESE porta avanti anche alcune iniziative importanti che rispondono alle preoccupazioni sociali ed economiche dei cittadini europei. Attualmente, infatti, stiamo lavorando sull'indebitamento eccessivo degli Stati. Le osservazioni formulate dal CESE permettono di arricchire e di far avanzare la legislazione europea.

Qual è il messaggio che volete mandare ai cittadini in occasione della Giornata europea del consumatore?

Ognuno di noi sa che la fiducia è la pietra miliare della costruzione europea, e questo vale per tutti i settori che essa ricopre. Di fronte alle difficoltà, purtroppo, lo spirito europeo si indebolisce mentre è proprio allora che abbiamo più bisogno di lui. La costruzione europea ha dimostrato di portare i suoi frutti. Dobbiamo ricordare che i consumatori europei hanno dei diritti e le istituzioni comunitarie hanno cercato di armonizzarli quanto più possibile senza che

questi abbia ostacolato lo sviluppo dei diritti a livello nazionale. Le istituzioni europee operano anche insieme agli Stati membri affinché i consumatori possano beneficiare di vantaggi economici. Possiamo citare, ad esempio, le misure adottate sui mezzi di pagamento all'interno dello spazio unico oppure le azioni portate avanti nel settore della telefonia, che hanno prodotto un notevole abbassamento delle tariffe.

Quali sono le azioni sulla protezione dei consumatori che l'Unione Europea può fare per contribuire ad uscire dalla crisi? E' necessario cambiare il modo di consumatore o di produrre?

I cittadini europei si aspettano che l'Europa garantisca loro una sicurezza giuridica, economica e sociale. L'Unione Europea deve dunque rispondere a tutti i loro bisogni tenendo conto delle evoluzioni sociali, economiche e tecnologiche. Le mode di consumo non cessano di evolversi e i modi di produrre devono

rispondere alle aspirazioni dei consumatori. A tal proposito, il CESE ha avuto l'occasione di pronunciarsi diverse volte a favore di un inquadramento delle pratiche di produzione, di commercializzazione e di consumo affinché esse diventino sostenibili e responsabili nell'interesse generale.

Quali sono le prossime battaglie che avete intenzione di portare avanti?

La battaglia principale che abbiamo già iniziato a portare avanti da tempo attraverso numerosi pareri a suo favore è quella dell'azione di gruppo. Sembra incomprensibile che il dossier sull'azione di gruppo non proceda rapidamente visto che diversi attori del mercato hanno sottolineato la necessità per i consumatori e per le piccole imprese di beneficiare di questa procedura. Il fatto di prevedere un'azione di gruppo a livello europeo che permetta a tutte le persone vittime di una prassi scorretta di ottenere un risarcimento per il danno subito, che si tratti del settore della salute, dell'ambiente, della concorrenza

o del consumo, è molto più importante del fatto che uno strumento del genere ci sia nella maggior parte degli Stati membri. La diversità dei sistemi adottati dai diversi Paesi, infatti, potrebbe consentire all'operatore scorretto di scegliere la procedura più favorevole per lui.

L'integrazione del mercato europeo e l'aumento delle transazioni transfrontaliere hanno bisogno inevitabilmente di un meccanismo di ricorso comune a livello comunitario, senza considerare il fatto che una procedura del genere avrebbe un ruolo importante di dissuasione a monte delle pratiche sleali.

REDAZIONE

Obiettivo 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