



[home](#) > [acquisti](#) > [tutela consumatori](#) > Decennale Consumers' Forum: presente e futuro

News

Decennale Consumers' Forum: presente e futuro

04/11/2009 - 11:12

L'Europa, la conciliazione e la class action. Sono questi i principali temi che impegneranno nei prossimi mesi il Presidente e il Segretario generale di Consumers' Forum intervistati da Help Consumatori / Leggi anche: [Con la crisi il consumatore diventa responsabile](#)



In occasione del decennale di Consumers' Forum - che si celebra oggi - Help Consumatori ha ripercorso con i suoi principali esponenti la sua storia a partire dalle origini passando per il punto di vista delle imprese che insieme alle associazioni dei consumatori hanno fatto di CF una esperienza unica in cui i due attori della scena economica si incontrano e dialogano. Oggi tocca all'attuale presidente, Sergio Veroli, e al Segretario generale, Giustino Trincia, che ci raccontano il presente e il futuro di CF.

In occasione della vostra elezione e fin dai vostri primi interventi, è stato sottolineato che Presidente e Segretario generale lavoreranno in stretta collaborazione e con pari dignità politica. Come state realizzando questo obiettivo?

S. Veroli: La pari dignità politica nasce dalle esperienze delle persone prima che dalle cariche formali. Il fatto che Giustino Trincia sia Segretario generale implica di per sé che ci sia un rapporto di parità tra le due cariche. Dal punto di vista pratico stiamo lavorando insieme, c'è un livello di rappresentanza da parte del Presidente, c'è un livello di rappresentanza da parte del Segretario generale e del Voce presidente. Non ci sono problemi di nessun tipo; saremo dei cretini se ci soffermassimo sul discorso dei ruoli non approfittando delle esperienze diverse per portare avanti l'associazione.

G. Trincia: Stiamo applicando un criterio molto semplice, ovvero quello del lavoro di squadra che si basa sulla collegialità, sull'aiuto reciproco, sul sostegno reciproco sulla complementarietà proprio in relazione alla sensibilità, alle esperienze di ognuno di noi che sono naturalmente diverse. Questa collegialità in pratica è elemento essenziale per rispondere alle attese che ci sono da parte dei soci di Cf e per rispondere anche alle responsabilità che l'associazione ha rispetto alla condizione in cui ci si trova ad operare. I risultati ottenuti nei primi quattro mesi vanno in questa direzione.

Nei primi mesi avete già convinto due importanti aziende dell'energia ad entrare in CF. Come le avete convinte e quali saranno le strategie per fare di CF un consesso sempre più ampio e rappresentativo anche nel mondo delle imprese?

S. Veroli: Convincere le aziende è stato molto semplice. Queste chiedono di sviluppare il dialogo e il rapporto con i consumatori e con i cittadini, chiedono quali servizi, quali informazioni, quali elaborazioni possono avere in più aderendo a CF che negli ultimi tempi si sta sviluppando, sta creando nuove occasioni di incontro e di approfondimento (vedi la [battaglia sulle conciliazioni](#) e quella sulla class action). Le aziende capiscono che tutto questo può essere utile per sviluppare il dialogo tra associazioni e cittadini/consumatori e per incrementare il rapporto di fiducia. Credo che in futuro possano entrare nuove Aziende di cui non faccio nomi per scaramanzia ma si tratta di imprese molto importanti. I numeri? Entro i prossimi due mesi arriveremo a superare i sedici aderenti.

G. Trincia: Nel parlare con queste aziende abbiamo delineato quelli che possono essere alcuni scenari dell'azione futura di CF condivisi con gli attuali soci. Questi scenari sono riassumibili in cinque parole: Europa perché questa esperienza in quanto al significato ha una sua evidente collocazione nello scenario europeo basti pensare che quando è nata - dieci anni fa - ha anticipato uno dei grandi indirizzi delle istituzioni comunitarie ovvero quello della co-regolazione, del dialogo tra i diversi attori (imprese e consumatori). Sull'agenda europea cercheremo nei prossimi mesi di essere in qualche misura presenti magari su pochi temi ma possibilmente in maniera incisiva. La seconda parola è Responsabilità Sociale di Impresa: a dieci anni dal [Global Compact](#) cioè quel patto che l'allora Segretario Generale delle Nazioni Unite Kofi Annan rivolse al mondo no profit e alle imprese e agli Stati per affrontare congiuntamente problemi che altrimenti non sarebbero stati risolti, il nostro percorso fornisce l'opportunità di incitare e rilanciare questa strategia. Il terzo tema è quello della Sostenibilità con cui tutti dobbiamo fare enormemente i conti anche alla luce della grave crisi che stiamo vivendo che non è solo finanziaria ma riguarda anche l'ambiente e la condizione alimentare in molti Paesi del mondo. La quarta parola è già stata anticipata da Sergio ed è Conciliazione: in questi anni ha assorbito molte energie non a caso una delle prime cose che abbiamo fatto è stato lavorare per salvaguardare i 20 protocolli sottoscritti a livello nazionale e quelli a livello locale. Abbiamo anche iniziato a lavorare per individuare i criteri per qualificare maggiormente i nostri corsi di formazione. Il quinto tema è riflessione e ricerca. In questo settore CF ha un enorme valore aggiunto non solo perché si tratta di un'associazione di associazioni e imprese ma è anche e soprattutto una zona franca in cui i due attori della scena

economica pur nel rispetto delle enormi - a volte - differenze di punti di vista e di interessi possono dialogare in maniera franca, liberi dal contingente. Una delle cose che abbiamo chiesto ai soci, infatti, è stato fornirci spunti per l'agenda di lavoro in cui sono indicati i temi sui quali ci si vuole chiarire non sovrapponendosi al dialogo diretto tra le imprese e le singole associazioni dei consumatori. L'obiettivo principale è quello di far esistere CF in quanto tale facendo tesoro dei primi dieci anni di esperienza.

Quali saranno le iniziative di CF per il prossimo anno, cosa c'è in cantiere?

S. Veroli: Intanto la **ricerca** presentata oggi in occasione del decennale dal prof. Fabris offre molti spunti di riflessione: sia la relazione del professore che quella di Gambaro sono molto significative. Pur trattandosi di un aggiornamento di un precedente lavoro, getta un fascio di luce su problemi diversi rispetto a quelli letti finora sui giornali: non è soltanto quanto spendono e se spendono i cittadini in concomitanza con la crisi ma se e come cambiano gli stili di vita. Con la sua ricerca il prof. Fabris ci aiuta a capire che sta cambiando qualcosa nel profondo, sta cambiando la consapevolezza del consumatore e il suo modo di orientare le scelte. La ricerca presentata dal dott. Gambaro è, invece, una riflessione basata su una serie di interviste al mondo delle imprese e delle associazioni che ci aiuta a fare il punto sul consumerismo e a capire quali sono prima di tutto i punti deboli del consumerismo e quali possono essere, invece, i punti di forza. Il 24 novembre, invece, ci sarà l'annuale appuntamento con le Authority cui parteciperà per la prima volta il presidente della Consob.

In generale, invece, il progetto più importante del prossimo anno riguarderà l'Europa. Nell'ultima riunione di CF abbiamo appunto deciso di dare a questo argomento una priorità perchè molte delle scelte che riguardano il consumerismo così come i cambiamenti delle aziende avvengono a livello europeo e c'è bisogno di conseguenza che su questo terreno consumatori e imprese possano dire la loro. CF ha una caratteristica ovvero quella di essere a livello europeo l'unica esperienza che unisce imprese e consumatori: dobbiamo far in modo che questa caratteristica produca effetti positivi. Nell'immediato metteremo a punto come CF un'analisi completa sul percorso della conciliazione. Il primo importante risultato è stato salvaguardare la negoziazione paritetica con le imprese che per la prima volta compare su una legge dello Stato ma questo pur essendo un risultato importante non basta. Dobbiamo individuare nuove iniziative che servano a sviluppare questo istituto. Faremo al più presto una importante riunione con tutti gli attori associazioni e aziende per vedere come è possibile dialogare con il Governo e il Parlamento. Altri argomenti saranno un approfondimento sulla class action: verosimilmente tra associazioni e imprese ci saranno atteggiamenti diversi ma potrebbe essere possibile anche in questo settore trovare degli argomenti che ci accomunano. Poi come diceva Giustino si apre il grosso tema della CSR: è un tema che secondo noi è a monte di tutte le questioni perchè la conciliazione non può essere l'obiettivo di questa associazione. La conciliazione nasce quando bisogna risolvere dei problemi ma lavorare sulla CSR è un dovere di CF che anticiperebbe soluzioni importanti e decisive per i cittadini.

G. Trincia: In cantiere c'è anzitutto una riflessione sulla class action che dovrebbe avvenire entro dicembre: cercheremo, poi, di monitorare il 2010 per capire come andranno le cose. La legge che introduce nel nostro ordinamento l'azione collettiva (che dovrebbe entrare in vigore il 1 gennaio 2010) ha diversi punti di debolezza ma va verificato l'impatto della stessa. Per quanto riguarda l'Europa, il dato di partenza è questo: il 75% della nostra vita quotidiana come cittadini/consumatori è condizionata da scelte che avvengono a livello comunitario per questo cercheremo di definire un'agenda europea per interloquire con la Commissione europea e con il Parlamento (almeno con alcune commissioni della Commissione e del PE). Sulla CSR, il tema è: dieci anni dopo che cosa è successo in Italia lato imprese, lato associazioni dei consumatori per quanto riguarda i programmi di responsabilità sociale di impresa? Quali sono stati effettivamente i risultati, quali le difficoltà, le contraddizioni, quanti hanno utilizzato questo scenario in maniera tattica e quanti, invece, hanno portato avanti un lavoro per il benessere non solo delle imprese e dei consumatori ma anche e soprattutto per il bene comune, per l'interesse generale? Proseguiremo poi l'attività con l'Autorità dell'energia e del gas: abbiamo già in agenda numerosi corsi per formare nuovi conciliatori e corsi di aggiornamento per chi è già conciliatore. Sottolineiamo che in meno di 3 anni sono stati formati 730 conciliatori e circa 500 operatori di sportello della associazioni di consumatori. Intensificheremo anche questo lavoro e cercheremo di capire con le altre Authority se intendano o meno applicare la stessa metodologia dell'AEEG. Ci sono, poi, dei temi particolari che stanno emergendo: uno è quello della pubblicità ingannevole dei prodotti e dei servizi. E' un tema di grande attualità che va approfondito. Poi va ripreso e rilanciato quello che già appartiene alla storia di CF ovvero il laboratorio sui consumi, il convegno annuale con le Authority: due vie maestre già tracciate. Poi vorremmo mettere a disposizione nel 2010 un nostro piccolo - al momento - centro di documentazione con una biblioteca rivolta soprattutto al mondo della scuola e della Università. Chiederemo alle imprese e alle associazioni dei consumatori di mettere a disposizione di CF i risultati più significativi dei loro lavori; contatteremo le Università per individuare una qualche forma di collaborazione (stages) e magari per chiedere un impegno attivo nell'associazione.

di Valentina Corvino

2009 - redattore: VC

