



PROTOCOLLO D'INTESA

CONFESERCENTI FEDERCONSUMATORI

Presentazione

L'economia moderna, sempre più imperniata sulla crescita e sui consumi, lo sviluppo della competizione e degli scambi internazionali, con la globalizzazione hanno potenziato il ruolo dei mercati.

I consumatori hanno maturato la consapevolezza del loro ruolo nelle politiche di sviluppo derivante dalle decisioni di acquisto.

Le imprese sono impegnate nella difficile concorrenza economica e nel mantenimento delle quote di mercato.

Lo sviluppo del consumerismo negli ultimi anni ha progressivamente accentuato la centralità del potere contrattuale dei consumatori. Di pari passo è maturata una maggiore considerazione di questi ultimi nelle politiche istituzionali e nel dibattito pubblico.

Da ciò deriva una evoluzione del ruolo di rappresentanza che sta contribuendo a porre i consumatori come "attori sociali", protagonisti del confronto e dei processi economici e sociali.

Questo appare ancora più evidente nella distribuzione, nel turismo e nei servizi, settori ampiamente liberalizzati e a diretto contatto con il consumatore finale. In questi comparti egli è già l'interlocutore primario delle imprese, colui con il quale ci si confronta quotidianamente, avendo un'ampia disponibilità di scelta d'acquisto: di luoghi, di tempi e di prodotti.

A testimonianza di ciò c'è la crescita impetuosa del marketing e del mercato pubblicitario, l'affermarsi di tecniche e metodiche sempre più sofisticate per indagare il comportamento del consumatore, le analisi di mercato e le propensioni al consumo, le technicalità di posizionamento e fidelizzazione, di allargamento dei mercati.

Tutte le grandi aziende- e le istituzioni- hanno oggi un ufficio di relazioni con il pubblico.

Lo sviluppo del dialogo costruttivo tra imprese e consumatori, in quanto elemento estremamente utile ai fini di un più corretto e trasparente funzionamento del mercato, rientra pertanto tra gli obiettivi che si vogliono perseguire con questo protocollo d'intesa tra Confesercenti e Federconsumatori.

L'iniziativa di Confesercenti e Federconsumatori si muove dunque all'interno di un quadro condiviso nel quale i consumatori e gli imprenditori commerciali, turistici e dei servizi sono chiamati a svolgere un ruolo di coprotagonisti sui temi di interesse e di attualità per una moderna struttura commerciale, turistica e dei servizi: dai problemi legati alla sicurezza e trasparenza, all'informazione e ai controlli, al dialogo tra imprese e consumatori, fino alla costruzione di indicatori di valutazione della "customer satisfaction" e alla previsione di fondi di garanzia che intervengono a tutela delle buone prassi economiche tra imprese e consumatori.

Premessa

Confesercenti rappresenta le piccole e medie imprese dell'economia italiana con particolare riguardo a quelle del commercio, del turismo e dei servizi. E' presente su tutto il territorio nazionale con oltre mille sedi, è tra le associazioni maggiormente rappresentative, presente nel CNEL, firmataria dei principali contratti di lavoro in materia di distribuzione commerciale, turismo, servizi, panificazione, distribuzione carburanti;

Federconsumatori è la principale associazione dei consumatori italiani, presente su tutto il territorio, membro del CNCU, fortemente radicata sui temi della sicurezza dei prodotti e della trasparenza contrattuale, dell'equo rapporto prezzo/qualità, dei diritti dei consumatori cittadini in materia di distribuzione, turismo e servizi.

Confesercenti e Federconsumatori considerano il lavoro il valore fondante della comunità nazionale sia esso dipendente che autonomo e/o d'impresa, capace di assicurare lo sviluppo e la dignità delle persone, in ossequio ai principi della carta costituzionale. Assumano a valore di riferimento i principi stabiliti dallo statuto delle imprese finalizzati ad assicurare la libertà economica, la concorrenza leale, la reciprocità dei diritti e dei doveri, la tutela per l'accesso al credito e la crescita imprenditoriale quale garanzia per i servizi al territorio e ai cittadini.

Confesercenti e Federconsumatori convengono sull'esigenza che i diritti dei consumatori, riconosciuti nei trattati europei e nel codice del consumo italiano, siano pienamente osservati e riconosciuti, con relativi strumenti di informazione e di tutela giuridica.

I temi del consumo rivestono un' importanza di assoluto rilievo in quanto richiamano i diritti inalienabili di tutte le persone a vivere in un ambiente sano ed aver accesso ai servizi e al consumo dei beni necessari al proprio benessere, alla mobilità, alla sicurezza alimentare, alla salute.

Le parti sottoscrittrici del presente protocollo, nella loro autonomia, si adopereranno per la promozione della libertà di mercato e del diritto al consumo responsabile e consapevole, della tutela della concorrenza, per la disponibilità dei servizi commerciali primari a sostegno delle popolazioni svantaggiate, per la qualificazione delle condizioni di vita all'interno delle città, dei centri urbani e dei territori svantaggiati. Assumono rilievo in questo protocollo gli impegni ai diritti per la sicurezza dei prodotti, la lotta alla pubblicità ingannevole e alla contraffazione, il contrasto all'abusivismo in tutte le sue forme, le garanzie per il credito al consumo, l'illegittimità delle clausole vessatorie, la necessità di garantire alle PMI del commercio, del turismo e dei servizi norme di tutela per uno sviluppo equilibrato del mercato e una corretta politica di concorrenza.

I sottoscrittori sono convinti che imprese e consumatori sono parti integranti del processo di sviluppo del benessere collettivo. Il consumatore, come anche l'imprenditore, non rappresenta una categoria speciale, bensì un soggetto trasversale che di volta in volta è esso stesso consumatore ed utente, senza smettere di essere lavoratore, operatore economico o addetto della pubblica amministrazione.

Trasparenza, informazione e controlli

E' noto che lo sviluppo economico, la crescita dei prodotti e dei servizi, l' internazionalizzazione dei mercati hanno evidenziato sempre più problemi connessi ai rapporti fra produttori, distributori e consumatori.

Tali problemi spesso travalicano anche le competenze e le sfere d'intervento dei singoli stati, chiamando in causa da un lato l'Unione europea e dall'altra le grandi multinazionali che sfuggono alle regolamentazioni nazionali.

L'attuale conformazione dei mercati, la presenza di nuovi attori internazionali operativi nei campi dei beni e dei servizi, la più accentuata concorrenzialità, sono questioni che pongono alle PMI e ai consumatori il tema delle regole in materia di diritto dei cittadini, ovunque siano, di trasparenza, di correttezza, di sicurezza, di informazione.

L'argomento delle relazioni nei rapporti tra consumatori e sistema di produzione e distribuzione di beni di consumo, e di servizi pubblici e privati, deve riguardare l'insieme delle notizie sensibili dei prodotti e servizi venduti.

Solo il rispetto di regole uguali per tutti, di norme sulla sicurezza, di una corretta informazione, della trasparenza ed un'effettiva concorrenza sono garanzia per lo sviluppo equilibrato del mercato e dell'economia.

Da un lato vi sono le imprese che pongono al centro della propria strategia la domanda del consumatore; dall'altro lato i consumatori con le loro esigenze e i loro diritti, mentre alla pubblica amministrazione spetta di avviare un sollecito processo di "regolazione".

Presupposti, questi, per uno sviluppo della qualità della vita, per la salvaguardia dell'ambiente, per la tutela e sicurezza della salute.

A questo fine le parti convengono che è necessario perseguire la tracciabilità dei prodotti, fornire tutte le informazioni in etichetta, garantire la sicurezza di essi, la conformità all'uso promesso, assicurare la trasparenza e la veridicità dei contratti e garantire adeguati ed efficienti controlli.

Particolare rilievo assume il tema del commercio elettronico. Su questa materia le parti saranno impegnate a garantire la correttezza e i termini delle transazioni elettroniche, nel pieno rispetto della normativa vigente, svolgendo un lavoro di monitoraggio e studio finalizzato all'osservazione dell'evoluzione del fenomeno e all'emersione delle criticità.

Dialogo e confronto tra imprese e consumatori

La legislazione sui consumi e sui servizi in questi anni si è molto evoluta grazie ai regolamenti e alle direttive dell'Unione Europea.

E' cresciuta più in generale la cultura consumerista. Si è rafforzata la relazione tra imprese e consumatori. Ma molto resta da fare.

Si sono evolute la partecipazione e la consapevolezza dei consumatori ai processi economici. Anche il ruolo delle associazioni è parallelamente lievitato. Tra queste Federconsumatori si è sempre distinta per la puntualità e la complessità della propria presenza, sul territorio, sulle tematiche di interesse, sull'approccio responsabile, come nuovo soggetto sociale di informazione e di servizio e di assistenza ai cittadini e di stimolo al miglioramento dei prodotti e dei servizi.

Confesercenti ha sempre posto attenzione ai temi dello sviluppo sostenibile e responsabile, della sicurezza e della trasparenza, dell'interlocuzione attenta con il pubblico e le esigenze della collettività, della vivibilità delle città. Su quest'ultimo tema le parti condividono la necessità di sostenere un'ampia azione a tutela dei centri storici, e più in generale dei centri urbani, tramite la proposizione di politiche finalizzate al mantenimento e allo sviluppo delle attività commerciali, vera anima delle città

In questa ottica, le parti convengono sull'esigenza di sviluppare forme di consultazione e di confronto sui problemi inerenti il sistema distributivo, turistico e dei servizi, per il suo ammodernamento e per favorire un rapporto sempre più trasparente fra imprese e consumatori, anche ai fini di promuovere eventuali norme relative ai settori di interesse, pure nella reciproca e necessaria autonomia delle parti.

Per una moderna struttura commerciale

La piccola e media distribuzione svolge un ruolo primario nel soddisfare le esigenze dei consumatori, per il loro benessere su tutto il territorio nazionale.

La sua rete è a servizio dei cittadini e deve poter svolgere con efficienza e soddisfazione il proprio compito, garantendo il diritto inalienabile delle persone a vivere con serenità nelle proprie comunità.

Lo sviluppo equilibrato delle imprese sul territorio è pertanto una esigenza di primaria importanza ed essa va perseguita riconoscendo agli enti locali autonomia ed autodeterminazione nell'organizzazione dei servizi, in ragione delle proprie peculiarità territoriali, delle proprie tradizioni, dei propri tempi di vita.

La salubrità, la genuinità e la sicurezza dei prodotti è obiettivo prioritario di tutela del consumatore e di primaria importanza per le aziende.

In questa ottica, l'operatore commerciale è il punto terminale, garante e corresponsabile della sicurezza di prodotti messi in commercio. Le parti perseguono l'obiettivo di maturare una moderna distribuzione che svolga un ruolo di informazione; di consulenza all'acquisto, di garanzia ed affidabilità, di attenzione alle problematiche della sicurezza alimentare.

Su quest'ultimo specifico punto le parti daranno vita ad un progetto speciale sulle questioni attinenti la sicurezza a tavola.

Confesercenti e Federconsumatori si adopereranno per garantire una crescente professionalità, conoscenze merceologiche, attenzione alle nuove esigenze dei consumatori, degli operatori e degli addetti.

Esse sono impegnate per una riorganizzazione ed un ammodernamento del sistema distributivo nel quale possa trovare rilancio il ruolo e la specializzazione della piccola e media impresa commerciale.

Le parti convengono di operare per un sistema distributivo moderno in cui le imprese della distribuzione trovino sul territorio un equilibrio nell'offerta al consumatore, e un sistema di concorrenzialità non penalizzante per alcuno.

L'accesso ai servizi commerciali deve operare su un orario di apertura rispondente alle specificità del territorio e alle esigenze delle persone e delle famiglie.

Informazione e consumo responsabile

I sottoscrittori condividono il tema di sostenere i consumi quale strumento utile e necessario per la sostenibilità dell'economia italiana.

In questo ambito assume centralità la questione dei consumi responsabili e della lotta agli sprechi, soprattutto in campo alimentare, aderendo agli inviti della parte più responsabile della comunità internazionale e di molti paesi occidentali.

L'informazione riveste un carattere fondamentale per il consumatore al fine di valutare qualità dei prodotti e servizi, e per attuare scelte consapevoli. L'etichettatura e la tracciabilità pertanto debbono essere complete, esaurienti ed obbligatorie.

Le parti sono impegnate anche a favorire il consumo di prodotti con imballaggio ecologico e, comunque, dimensionato per ridurre il volume dei rifiuti e a cooperare alle iniziative di raccolta differenziata e riciclaggio dei rifiuti. Assume rilievo in questo ambito il contrasto all'utilizzo di contenitori della spesa non in linea con la normativa europea e nazionale e il sostegno alla diffusione delle migliori pratiche, a tutela dell'ambiente.

Confesercenti e Federconsumatori favoriscono le migliori pratiche ambientali e le scelte di risparmio ed efficienza energetica

Pubblicità ingannevole

Le parti sono impegnate contro tutte le forme di pubblicità ingannevole e le offerte speciali non corrispondenti a un reale e trasparente rapporto quantità/qualità/prezzo.

La pubblicità ingannevole è una forma distorta di concorrenza sleale e va perseguita e condannata.

Particolare attenzione deve porsi alle proposte di credito al consumo, che devono evidenziare in modo chiaro il TAEG e le clausole contrattuali. L'esercente proponente deve farsi carico di un rapporto trasparente tra consumatore e società finanziaria collegata al proprio esercizio.

Turismo e vacanze

L'Italia con il suo patrimonio artistico e culturale è una delle principali mete turistiche mondiali e può legittimamente aspirare ad essere tra le grandi potenze del settore.

Questo può avvenire sul terreno della capacità attrattiva coniugata con la qualità dell'offerta, con l'affidabilità del nostro sistema, con la responsabilità e professionalità dei nostri operatori.

Tutto ciò può consentire al nostro Paese un adeguato sviluppo economico e un buon sostegno alla stessa occupazione.

Confesercenti e Federconsumatori sono impegnate a perseguire le migliori pratiche turistiche e a contrastare comportamenti non corretti.

I pacchetti turistici e i viaggi tutto compreso debbono essere veritieri ed esaurienti nel contenuto informativo, rispettando le modalità, la qualità e la quantità delle prestazioni indicate nel contratto.

In questo senso le parti potranno favorire la costituzione di Fondi di Garanzia pubblici, prevedendo la copertura dei rischi/inconvenienti derivanti dall'organizzazione di attività complesse quali quelle di viaggi e turismo.

Conciliazione

Le parti convengono che nell'ambito dei diritti del consumatore debba trovare un adeguato riconoscimento la ricerca di soluzioni extra-giudiziali ai casi di contenzioso o di reclamo, sia attraverso procedure conciliative utilizzando i canali associativi, ovvero gli strumenti delle Camere di Commercio, sia tramite procedure conciliative concordate.

Ciò per assicurare al consumatore la possibilità di una rapida soluzione delle controversie senza dover ricorrere a lunghe e costose procedure giudiziali.

A questo scopo si conviene che Confesercenti indicherà per ogni provincia un proprio responsabile al quale Federconsumatori potrà rivolgersi, incaricato di perseguire una soluzione bonaria dei reclami.

Iniziative congiunte

Per sottolineare il carattere innovativo ed operativo del presente protocollo, che, dunque, si propone di andare al di là della pura e semplice enunciazione e condivisione di principi, le parti si impegnano a formalizzare alcune iniziative congiunte, da realizzarsi anche tramite enti e fondazioni ad esse riferibili, su base annua in materia di:

- Sicurezza alimentare
- Predisposizione di report tematici (ad esempio: andamento/gradimento dei saldi; dinamica dei prezzi; tutela dell'accesso al credito; rapporto con la PA, commercio elettronico...)
- Osservatorio di studio ed analisi dei consumi
- Attività di studio/reporting in materia turistica
- Sportelli conciliativi territoriali

Durata

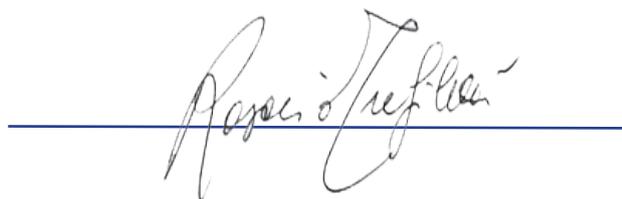
Il presente protocollo ha durata biennale e può essere rinnovato se non interviene disdetta sei mesi prima della scadenza.

Le parti si danno atto che esse, di comune accordo, possono ulteriormente implementare la presente intesa con la previsione di nuovi argomenti di lavoro finalizzati alla tutela del consumo e delle PMI quali agenti dello sviluppo economico del paese.

Roma, 25/05/2016



Handwritten signature of Giuseppe Di Stefano, written in black ink above a horizontal line.



Handwritten signature of Paolo Trifiletti, written in black ink above a horizontal line.

