



PROTOCOLLO D'INTESA

CONFESERCENTI > FEDERCONSUMATORI

Roma, 29 marzo 2018



PRESENTAZIONE

L'economia moderna attribuisce un ruolo sempre più centrale ai consumatori, alle loro scelte ed ai loro orientamenti.

Questi ultimi, inoltre, hanno maturato consapevolezza del ruolo che giocano all'interno delle politiche commerciali e delle politiche di sviluppo.

In tale scenario le imprese sono impegnate nella difficile missione di conciliare il mantenimento delle proprie quote di mercato con la promozione di politiche tese ad incontrare le esigenze dei consumatori.

Alla luce di tali considerazioni è impensabile concepire politiche economiche che non tengano conto della centralità del ruolo dei consumatori, in quanto protagonisti del confronto e dei processi economici e sociali.

Una esigenza che appare ancora più evidente nel settore della distribuzione, nel turismo e nei servizi: in tali comparti il consumatore è già l'interlocutore primario delle imprese, con il quale ci si confronta quotidianamente.

A testimoniare tale tendenza è sicuramente la crescita del marketing e del mercato pubblicitario, l'affermarsi di tecniche e metodi sempre più sofisticati per indagare il comportamento del consumatore, le analisi di mercato e le propensioni al consumo.

Le principali aziende si sono attrezzate per far fronte, in maniera qualificata e preparata, al rapporto 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 tra gli obiettivi che si vogliono perseguire con questo protocollo d'intesa tra **Confesercenti** e **Federconsumatori**. Queste ultime ritengono, inoltre, centrale il tema del consumo consapevole ed i vantaggi che ne derivano.

L'iniziativa di Confesercenti e Federconsumatori si muove dunque all'interno di un quadro condiviso nel quale consumatori e imprenditori commerciali, turistici e dei servizi sono chiamati a svolgere un ruolo di coprotagonisti sui temi di maggiore attualità, per affermare una moderna struttura commerciale, turistica e dei servizi. Insieme si impegnano ad affrontare problemi legati alla sicurezza e trasparenza, l'informazione e i controlli, 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, componente 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.

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 hanno un'importanza di assoluto rilievo in quanto attengono ai diritti inalienabili delle persone a vivere in un ambiente sano, aver accesso ai servizi e al consumo dei beni necessari al proprio benessere, alla mobilità, alla sicurezza alimentare e alla salute.

Le parti sottoscrittrici del presente protocollo, nella loro autonomia, si adoperranno 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, la promozione di misure a sostegno del credito al consumo, l'illegittimità delle clausole vessatorie, la tutela dei diritti nella sfera del turismo, 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 siano parti integranti del processo di sviluppo del benessere collettivo.

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". Quest'ultimo si rende ancora più necessario alla luce dello sviluppo del mercato di beni e servizi online, che richiedono un opportuno ed adeguato sistema di tassazione.

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.

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 divenuto più incisivo. 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 in relazione alla tutela dei loro diritti e di stimolo al miglioramento dei prodotti e dei servizi.

Confesercenti ha sempre posto attenzione ai temi dello sviluppo sostenibile ed eticamente 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, nonché per la rivitalizzazione delle periferie dei grandi centri urbani, tramite la proposizione di politiche finalizzate al mantenimento e allo sviluppo delle attività commerciali, vera anima delle città. Si tratta di un'esigenza resa ancora più evidente dagli andamenti demografici, che vedono un progressivo invecchiamento della popolazione.

In questa ottica, le parti convengono sull'esigenza di sviluppare ricerche, 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, di trasparenza sulla tracciabilità dei prodotti e sulle loro etichettatura.

Su quest'ultimo specifico punto le parti daranno vita ad un progetto speciale sulle questioni attinenti la sicurezza a tavola, con particolare attenzione alla garanzia dei diritti dei cittadini attraverso l'impegno per la definizione di nuove regole nella filiera della distribuzione, tese a garantire trasparenza, sostenibilità e concorrenza. In tale quadro si rende fondamentale una riorganizzazione dei sistemi logistici e delle piattaforme affinché non assorbano la maggior parte dei margini di guadagno.

Confesercenti e Federconsumatori si impegneranno per garantire una crescente professionalità, conoscenze merceologiche e attenzione alle nuove esigenze dei consumatori, da parte degli operatori e degli addetti, anche attraverso la realizzazione di una guida condivisa che sia in grado di parlare sia ai gestori che ai consumatori.

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 la centralità e la rilevanza della questione relativa al consumo responsabile e alla lotta agli sprechi, soprattutto in campo alimentare, aderendo agli inviti delle organizzazioni che operano nel settore.

L'informazione e l'educazione rivestono un carattere fondamentale per il consumatore al fine di valutare qualità dei prodotti e servizi, 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 per favorire la raccolta differenziata ed il riciclo degli stessi, in una logica di economia circolare. 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, nonché l'abbattimento del packaging.

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.

MAGGIORE TRASPARENZA NELL'ACCESSO AL CREDITO AL CONSUMO

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.

La crescita della circolazione della moneta elettronica non è certo favorita dalle elevate commissioni applicate agli esercenti. Nell'ottica di favorire la diffusione dei metodi di pagamento elettronici è utile operare una diminuzione di tali commissioni che, spesso, rischiano di determinare ricadute sui prezzi.

TURISMO E VACANZE

L'Italia si è confermata in questi anni una delle principali mete turistiche mondiali, non a caso è il Paese che vanta il maggior numero di siti Unesco - Patrimonio dell'umanità (53) al mondo.

Inoltre, proprio una città italiana, Matera, si è affermata come Capitale Europea della Cultura 2019: un appuntamento importante per il nostro Paese, che darà lustro e metterà in mostra agli occhi del mondo la bellezza del nostro patrimonio, determinando un crescente impatto culturale e socio-economico in ragione dei numerosi visitatori che ha attrarrà.

Alla luce di tali dinamiche appare evidente come il settore del turismo ricopra un ruolo essenziale nella crescita dell'occupazione e nello sviluppo economico dell'Italia, che può aspirare a ricoprire una posizione di primo piano in tale settore, a livello mondiale.

Il turismo nel nostro Paese non si nutre solo di beni architettonici, archeologici e paesaggistici, ma anche della promozione di prodotti enogastronomici di eccellenza, che contano un numero sempre maggiore di estimatori.

Questo avviene stante una spiccata capacità attrattiva, coniugata con la qualità dell'offerta, con l'affidabilità del nostro sistema, con la responsabilità e professionalità dei nostri operatori.

Confesercenti e Federconsumatori, in tal senso, sono impegnate a perseguire le migliori pratiche turistiche, la correttezza e la trasparenza delle offerte, al fine di contrastare comportamenti non corretti.

I pacchetti turistici e i viaggi tutto compreso, anche organizzati attraverso i Tour Operator, devono infatti essere veritieri ed esaurienti nel contenuto informativo, rispettando le modalità, la qualità e la quantità delle prestazioni indicate nel contratto.

Le parti sono impegnate, in tal senso, a promuovere attraverso la predisposizione di materiale divulgativo, l'informazione rivolta ai cittadini circa i loro diritti e le tutele nel settore turistico.

Turismo amico: un fondo di garanzia per i viaggiatori. Le agenzie di viaggio Confesercenti si impegnano a sostituire il Fondo di Garanzia pubblico per la tutela dei clienti delle agenzie di viaggio in caso di fallimento o di insolvenza, con uno strumento assicurativo per tutelare la clientela e per permettere ai viaggiatori che hanno acquistato pacchetti turistici di partire tranquilli, senza la paura di sorprese e senza il rischio di perdere soldi.

SHARING ECONOMY

Lo sviluppo e la diffusione che la sharing economy ha conosciuto negli ultimi anni, ha avuto origine dal profondo mutamento sociale, economico e culturale che ha inciso sulle abitudini e sugli stili di vita delle persone.

Tale mutamento ha preso le mosse dal convergere di diversi fattori, tra cui: la crisi economico-finanziaria che ha investito i paesi maggiormente industrializzati a partire dal 2009; l'incremento dell'utilizzo di tecnologie sempre più avanzate e alla portata di tutti; la crescente sensibilità dei cittadini in relazione alla condivisione intesa come risparmio, sostenibilità ambientale, massimizzazione delle risorse.

La sharing economy ha conseguito un successo tale da ridurre ulteriormente le barriere tra mondo online e mondo offline. Questo ha condotto ad una progressiva fusione del ruolo "tradizionale" di consumatore con quello di "produttore, venditore, finanziatore e distributore", dando luogo alla nuova figura del prosumer, dalla commistione di producer e consumer, ovvero il consumatore che partecipa attivamente ai processi di produzione.

In tale contesto le parti si impegnano ad una attività di educazione, formazione ed informazione per un corretto e consapevole approccio alla sharing economy, con particolare attenzione anche ai delicati risvolti che tale tipologia di consumo ha sul tessuto sociale ed economico.

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.

CONCILIAZIONE

Le parti convengono che nell'ambito dei diritti del consumatore debba trovare un adeguato riconoscimento la ricerca di soluzioni extragiudiziali 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 ed ai gestori la possibilità di una rapida soluzione delle controversie senza dover ricorrere a lunghe e costose liti 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, le parti si impegnano a formalizzare alcune iniziative congiunte 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...)
- Osservatorio di studio ed analisi dei consumi (sia on-line che presso i negozi fisici)
- Attività di studio/reporting in materia turistica
- Attivazione di sportelli conciliativi territoriali
- Assistenza agli iscritti Confesercenti presso gli sportelli Federconsumatori relativamente all'applicazione corretta della TARI sulle pertinenze, con un costo tessera in convenzione.

DURATA E MODALITÀ

Il presente protocollo ha durata biennale, sarà monitorato nella sua attuazione e sarà rinnovato alla sua scadenza.

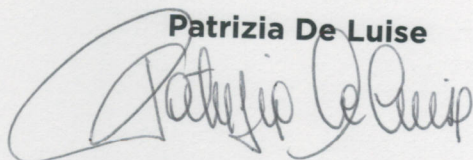
Le parti si danno atto che esse, di comune accordo, possono ulteriormente implementare la presente intesa con la previsione di nuovi argomenti di lavoro finalizzati alla tutela del consumo e delle PMI quali agenti dello sviluppo economico del Paese.

Naturalmente la parte relativa all'accordo economico per il supporto alle attività previste dal presente protocollo saranno definite in un apposito accordo.

Roma, 29. Marzo 2018

Presidente Confesercenti

Patrizia De Luise



Presidente Federconsumatori

Emilio Viafora

