



Staff On. Giommara Uggias MEP

**RELAZIONE**  
**su una nuova strategia per la politica dei consumatori**  
**(2011/2149(INI))**

**Commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori**  
**Relatore: Kyriacos Triantaphyllides**

La Commissione europea pubblicherà, entro maggio 2012, una strategia di protezione dei consumatori quale seguito della strategia europea per i consumatori 2007-2013 (COM (2007) 99 def.). La pubblicazione si presenterà sotto la veste di una comunicazione della Commissione e includerà tutte le iniziative rivolte ai consumatori a partire dal 2012, ma si spingerà oltre il campo di applicazione della strategia europea per i consumatori 2007-2013.

La strategia di protezione dei consumatori dovrebbe fornire un quadro entro cui inserire tutte le tematiche e le importanti sfide future nel settore dei consumi. Dovrebbe rappresentare una pietra miliare nella politica dei consumatori dell'UE e, per la prima volta, dare un significato concreto al principio espresso nel trattato dell'UE, in base al quale gli interessi dei consumatori devono essere integrati in tutte le altre politiche pertinenti dell'Unione europea.

**Responsabilizzazione dei consumatori.** La garanzia della sicurezza alimentare, della salute e della sicurezza dei prodotti dovrebbe costituire la massima priorità della strategia di protezione dei consumatori. Occorre tuttavia anche una strategia di protezione dei consumatori in grado di ridurre le disuguaglianze fra i consumatori europei, di contribuire a un'economia a basso tenore di carbonio, come stabilito dalla strategia UE 2020, e di tutelare i minori nei riguardi della pubblicità. Più in generale, devono essere affrontate le nuove sfide poste alle società moderne, quali la globalizzazione dei mercati, la digitalizzazione dell'economia e l'invecchiamento della popolazione, nonché l'importanza del rispetto dei diritti dei consumatori e degli strumenti di ricorso e il sostegno alle organizzazioni dei consumatori.

Recenti studi della Commissione rilevano la necessità di conferire ai consumatori maggiori poteri. Tale responsabilizzazione dipende dalla conoscenza dei diritti dei consumatori e dall'informazione, dalla presenza di amministrazioni pubbliche e organizzazioni non governative note ed efficienti, da mezzi di comunicazione attivi e da strumenti di ricorso semplici e accessibili.

**Sostenibilità sociale e ambientale.** Le condizioni per i consumatori variano enormemente attraverso l'Europa, dove 499 milioni di persone, cittadini ed esseri umani, si confrontano con condizioni diverse.



Staff On. Giommara Uggias MEP

Circa 80 milioni di persone, di cui 19 milioni sono bambini, non hanno accesso a risorse fondamentali quali un'abitazione riscaldata, la possibilità di pagare l'affitto o di trascorrere le vacanze estive lontano da casa. Simili condizioni di disuguaglianza tra i consumatori meritano attenzione e la strategia di protezione dei consumatori deve includere la prospettiva dell'accessibilità ai consumatori.

Secondo la strategia UE 2020, l'Europa punta a creare una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva. L'UE ha fissato obiettivi ambiziosi di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e per raggiungere tali traguardi e creare un'economia a basse emissioni di carbonio nell'Unione europea è necessario fare in modo che i consumi privati diventino più sostenibili, dal momento che essi rappresentano il 56% del PIL europeo. Nella promozione di un consumo sostenibile, anche gli appalti pubblici possono svolgere un ruolo importante: occorrerebbe non soltanto consentire ma anche imporre standard elevati in materia di protezione ambientale, diritto del lavoro e contratti collettivi.

**Sicurezza degli alimenti e dei prodotti.** Da consumatori, spendiamo una parte importante del nostro reddito per la nostra alimentazione ed è quindi essenziale che la sicurezza, l'etichettatura e gli altri aspetti connessi al cibo siano inclusi nella strategia di protezione dei consumatori.

Per combattere l'obesità e promuovere scelte favorevoli alla salute, i consumatori hanno bisogno di informazioni più chiare rispetto a quelle oggi a disposizione. L'informazione alimentare deve essere completa e di facile comprensione. Sono inoltre necessari standard più elevati in materia di sicurezza alimentare e una cultura dell'etichettatura dei prodotti sostenibile, affinché i consumatori possano operare scelte più consapevoli. L'etichettatura alimentare è oggetto della proposta di regolamento sull'informazione alimentare ai consumatori, ma dovrebbe essere inserita altresì nella strategia di protezione dei consumatori, visto che il cibo è essenziale.

È necessario che il sistema di notifica RAPEX<sup>1</sup> sia reso più trasparente ed efficace in modo tale che i legislatori possano conoscere i rischi rappresentati da specifici prodotti al consumo. Le norme sulla sicurezza generale dei prodotti devono essere rafforzate e attuate correttamente mentre è necessario sviluppare o migliorare norme specifiche sui prodotti pericolosi. Le nanotecnologie devono essere adeguatamente disciplinate e i prodotti contenenti nanomateriali devono essere etichettati. In casi specifici, è inoltre necessario che la sicurezza dei giocattoli sia sottoposta a test effettuati da terzi indipendenti.

**Minori e pubblicità.** I bambini appartengono a una delle categorie di consumatori più vulnerabili. In

---

<sup>1</sup> Il Rapex (European Rapid Alert System for non-food consumer products) è stato istituito dalla direttiva 2001/95/CE, grazie al quale le autorità nazionali notificano alla Commissione europea i prodotti rappresentano un grave rischio per la salute e la sicurezza dei consumatori.



Staff On. Giommara Uggias MEP

particolare, occorre urgentemente tutelare i bambini dalla pubblicizzazione di alimenti nocivi per la salute. Nel mondo, 177 milioni di bambini sono obesi e una delle ragioni risiede, secondo le organizzazioni dei consumatori, nell'enorme mole di pubblicità cui i minori sono esposti. Vi è la necessità di vietare la pubblicità televisiva e la pubblicità diretta rivolta ai minori di 12 anni.

**Ambiente digitale.** ornire al “consumatore digitale” un ambiente sicuro per l'accesso alle reti di telecomunicazione quale strumento dell'inclusione sociale ed economica e il rispetto dei diritti fondamentali dei consumatori, specialmente la protezione dei loro dati personali. Inoltre, la concorrenza sul mercato delle telecomunicazioni nell'Unione europea deve essere tale da garantire ai consumatori scelta e qualità.

**Rispetto dei diritti e strumenti di ricorso.** I sistemi di ricorso collettivo e i metodi alternativi di risoluzione delle controversie sono elementi chiave di una strategia per la politica dei consumatori rigorosa. È accolto con favore il fatto che gli strumenti alternativi di risoluzione delle controversie siano stati inseriti in via prioritaria nell'atto per il mercato unico della Commissione, ma le soluzioni alternative non possono funzionare senza la creazione di sistemi anch'essi alternativi: si invita la Commissione a presentare in tempi brevi una proposta legislativa per l'istituzione di uno strumento giudiziario in grado di consentire ai consumatori il ricorso collettivo in tutta l'Unione europea. Il grave divario fra gli strumenti a disposizione dei consumatori per esercitare i propri diritti deve essere colmato adesso.

## CONCLUSIONI

“La relazione su una nuova strategia per la politica dei consumatori” risulta di grande interesse ed attualità. La tutela dei consumatori nel documento è trattata in particolare con riferimento a quelle categorie di consumatori deboli per i quali prevede tutele accessorie. La relazione è condivisibile in ogni sua parte.

Palermo, 11 novembre 2011

Avv. Leonardo Di Franco



*Staff On. Giommara Uggias MEP*

Avv. Leonardo Di Franco  
c/o **Italia dei Valori – Sicilia**  
Via Piersanti Mattarella, 20 - 90139 Palermo  
Cell. 3397124686 email: [leonardodifranco@hotmail.it](mailto:leonardodifranco@hotmail.it)