

Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni

Strategia della politica dei consumatori 2002-2006

[COM(2002) 208 def.]

(2002/C 137/02)

(Testo rilevante ai fini del SEE)

1. INTRODUZIONE

1.1. Contenuto

La presente comunicazione delinea la strategia della Commissione in materia di politica dei consumatori a livello europeo per **il prossimo quinquennio** (2002-2006). Lo scorso anno, in vista dell'elaborazione di questa nuova strategia la Commissione ha pubblicato una relazione intermedia ⁽¹⁾ sui progressi compiuti durante l'ultimo piano d'azione (1999-2001). La presente comunicazione fissa **tre obiettivi a medio termine**, da realizzare mediante **azioni comprese in un programma modulato a breve termine**, che sarà regolarmente aggiornato tramite un documento di lavoro dei servizi della Commissione. I tre obiettivi sono:

- un elevato livello comune di protezione dei consumatori;
- un'applicazione efficace delle norme a tutela dei consumatori;
- il coinvolgimento delle organizzazioni dei consumatori nelle politiche dell'UE.

Questi tre obiettivi sono finalizzati ad assicurare l'integrazione degli interessi dei consumatori in tutte le altre politiche dell'UE, a massimizzare i benefici del mercato unico per i consumatori e a preparare il terreno per l'allargamento.

Nell'ambito del primo obiettivo («un elevato livello comune di protezione dei consumatori»), le principali azioni sono costituite da iniziative concernenti il seguito dato alle questioni inerenti le pratiche commerciali trattate nel libro verde sulla tutela dei consumatori nell'Unione europea ⁽²⁾, nonché da iniziative in materia di sicurezza dei servizi. Le azioni prioritarie che rientrano nel secondo obiettivo («un'applicazione efficace delle norme a tutela dei consumatori») consistono nello sviluppo di un quadro di cooperazione amministrativa tra gli Stati membri e di meccanismi di ricorso a disposizione dei consumatori. Per realizzare il terzo obiettivo («il coinvolgimento delle organizzazioni dei consumatori nelle politiche dell'UE») le principali azioni consistono nel riesame dei meccanismi di partecipazione delle organizzazioni dei consumatori al processo di definizione delle politiche dell'UE e nella realizzazione di progetti nel campo educativo e dello sviluppo delle competenze.

La politica europea dei consumatori è elemento centrale di uno degli obiettivi strategici della Commissione, ovvero quello che consiste nel contribuire a una migliore qualità della vita per tutti ⁽³⁾. Costituisce inoltre un elemento essenziale dell'obiettivo

strategico della Commissione volto a creare un nuovo dinamismo economico e a modernizzare l'economia europea. La costituzione nel 1999 di una direzione generale per la Salute e la tutela dei consumatori nonché la riorganizzazione delle attività scientifiche e normative per assicurare l'indipendenza, la trasparenza e una migliore tutela degli interessi dei consumatori dimostrano l'accresciuta importanza attribuita alla politica dei consumatori.

La presente comunicazione invita il Parlamento europeo, il Consiglio, il Comitato economico e sociale, il Comitato delle regioni e tutte le parti interessate a sostenere l'approccio generale e i tre obiettivi specifici. La Commissione li invita anche a promuovere l'adozione delle misure fondamentali proposte e a sostenerne l'attuazione.

1.2. Campo d'applicazione

Ai sensi della presente comunicazione, la politica dei consumatori copre gli aspetti economici, giuridici e di sicurezza che riguardano i consumatori in relazione al mercato, l'informazione e l'educazione dei consumatori, la promozione delle organizzazioni dei consumatori e il loro contributo, unitamente ad altre parti interessate, allo sviluppo della politica dei consumatori. Questa strategia non copre gli aspetti della sicurezza alimentare. Le questioni alimentari sono ora affrontate separatamente e fanno l'oggetto di un distinto programma legislativo. Il Libro bianco sulla sicurezza alimentare adottato il 12 gennaio 2000 ⁽⁴⁾ contiene proposte per un importante programma di riforma legislativa in tale ambito.

2. IL PERCHÉ DELLA NUOVA STRATEGIA DELLA POLITICA DEI CONSUMATORI

Lo sviluppo della politica dei consumatori a livello europeo ha costituito l'indispensabile corollario della progressiva realizzazione del mercato interno. La libera circolazione di beni e servizi ha richiesto l'adozione di norme comuni, o almeno convergenti, per assicurare allo stesso tempo una sufficiente tutela degli interessi dei consumatori e l'eliminazione degli ostacoli d'ordine normativo e delle distorsioni della concorrenza.

La finalità delle misure adottate è stata spesso quella di dotare i consumatori degli strumenti per tutelare i propri interessi mediante la formulazione di scelte autonome e informate. Ciò di norma significa che i consumatori possano disporre di informazioni sufficienti e corrette prima di effettuare operazioni commerciali, nonché di alcuni diritti giuridici qualora l'operazione non produca il risultato previsto. Tali misure intendono ovviare agli squilibri strutturali tra i singoli consumatori e le imprese dovuti alla posizione di svantaggio in cui i primi si trovano a causa di un più limitato accesso alle informazioni e alle conoscenze giuridiche ed in ragione delle loro minori capacità economiche.

⁽¹⁾ COM(2001) 486 def.

⁽²⁾ COM(2001) 531 def. del 2 ottobre 2001.

⁽³⁾ Comunicazione della Commissione COM(2000) 154 def. del 9 febbraio 2000; Obiettivi strategici 2000-2005 «Un progetto per la nuova Europa».

⁽⁴⁾ COM(1999) 719 def.

Tuttavia, in certe situazioni, l'attuazione di condizioni che consentano di formulare scelte informate e avere accesso a rimedi legali è apparsa insufficiente, soprattutto per quanto concerne la tutela della salute fisica e della sicurezza. In tali situazioni, si ritengono necessarie norme armonizzate in grado di garantire un adeguato livello di tutela di tutti i consumatori indipendentemente dalla loro capacità di proteggere se stessi attraverso scelte informate. La decisione di adottare una tale misura dipende essenzialmente da una valutazione politica dell'importanza dell'interesse da proteggere e dall'effettiva capacità dei consumatori di proteggere se stessi nella pratica mediante scelte informate.

2.1. La portata della politica dei consumatori dell'UE

La politica dei consumatori dell'UE dovrebbe stabilire **prescrizioni di base in materia di salute e sicurezza** e tutelare gli interessi economici per assicurare **un elevato livello di protezione** e soddisfare le aspettative dei cittadini in tutta l'UE. I prodotti e i servizi immessi sul mercato dovrebbero essere sicuri e i consumatori dovrebbero ricevere le informazioni necessarie per poter scegliere in modo appropriato. I consumatori dovrebbero anche essere tutelati contro le pratiche abusive. Gran parte dei lavori condotti in questo ambito riguardano la legislazione e altre azioni che hanno un impatto diretto sul comportamento del mercato, come ad esempio la standardizzazione, i codici deontologici o le buone pratiche.

La politica dei consumatori dell'UE dovrebbe anche **porre i consumatori nelle condizioni** di comprendere le politiche che li riguardano e di dare un proprio contributo a tali politiche. I consumatori dovrebbero avere la **capacità** di promuovere i loro interessi in modo da trovarsi ad un livello di parità con gli altri protagonisti della società civile rappresentati a livello dell'UE.

Inoltre è importante che i consumatori dispongano di opportunità comparabili per usufruire appieno delle potenzialità offerte dal mercato interno in termini di maggiore scelta, prezzi più bassi, disponibilità ed economicità dei servizi essenziali. Si dovrebbero perciò eliminare gli ostacoli agli scambi transfrontalieri per consentire alla dimensione «consumatori» del mercato interno di svilupparsi parallelamente alla dimensione «imprese». Per tale motivo la politica dei consumatori dell'UE intende creare **un contesto coerente e comune volto ad assicurare che i consumatori possano avere maggiore fiducia al momento di effettuare acquisti oltre i confini nazionali, in tutto il territorio dell'UE.**

Oltre alle norme specifiche in tema di tutela dei consumatori, anche altre importanti politiche dell'UE come quelle relative al mercato interno, ai trasporti, all'ambiente e allo sviluppo sostenibile, ai servizi finanziari, alla concorrenza, all'agricoltura, al commercio estero e altre ancora producono effetti sui consumatori. La politica dei consumatori in quanto tale non può essere sviluppata isolatamente senza tener conto di altri aspetti che hanno un impatto sui consumatori. **L'integrazione sistematica degli interessi dei consumatori in tutte le pertinenti politiche dell'UE è quindi essenziale.** Negli ultimi anni si sono registrati importanti progressi in tale senso. Sulla base dei risultati fin qui conseguiti l'obiettivo futuro dovrebbe essere quello di rendere più sistematica l'integrazione degli interessi dei consumatori nelle altre politiche.

Analogamente la politica dei consumatori deve tener conto degli interessi di altri settori in modo che la politica comunitaria nel suo insieme sia caratterizzata da un approccio coe-

rente. Inoltre le scelte dei consumatori sono molto importanti per questi altri settori di intervento politico, quali ad esempio lo sviluppo sostenibile nella sua triplice dimensione sociale, ambientale ed economica.

La politica dei consumatori è un ambito in cui l'UE può recare un valore aggiunto. Si tratta di una **responsabilità condivisa** tra l'UE e le autorità pubbliche nazionali. Le norme dell'UE sono applicate a livello nazionale. L'integrazione degli interessi dei consumatori in tutte le politiche può avvenire in modo efficace soltanto se a livello nazionale si adotta un approccio analogo. Ciò fa della politica dei consumatori uno **sforzo collettivo** che interessa tutti i settori di intervento dell'Unione europea e tutti i livelli, ovvero regionale, nazionale ed europeo.

I principi qui richiamati sono sanciti dagli articoli 153 e 95 del trattato che istituisce la Comunità europea.

2.2. Le modalità della nuova strategia

2.2.1. Valutazione d'impatto

Il successo di una strategia della politica dei consumatori può essere misurato soltanto sulla base dell'**impatto** che essa ha sui consumatori europei. È quindi essenziale definire preliminarmente e in modo chiaro le motivazioni alla base della strategia, sottoporre a un **regolare monitoraggio** i progressi nell'attuazione della strategia e **valutare** chiaramente l'efficacia delle singole azioni in modo da trarne insegnamenti per il futuro. Su tali basi potrebbero essere formulate proposte per gli adeguamenti della politica eventualmente necessari.

2.2.2. Una politica basata sulla conoscenza

La politica dei consumatori deve essere corroborata da informazioni e dati pertinenti per adeguare le politiche e definire le priorità nel modo più opportuno. Occorre uno sforzo più ampio, sistematico e continuativo per sviluppare un'adeguata base di conoscenze, strumento essenziale per i responsabili politici. Si avverte inoltre la necessità di mettere a disposizione del pubblico informazioni e dati, soprattutto dopo l'introduzione dell'euro che fa aumentare la trasparenza dei prezzi nell'area dell'euro. I consumatori chiedono anche dati accurati sulla sicurezza dei beni e dei servizi, in modo da poter prendere decisioni consapevoli, e molti consumatori desiderano avere informazioni su altri aspetti dei prodotti, come ad esempio i loro effetti sull'ambiente. La Commissione continuerà a fornire informazioni particolareggiate sui temi che interessano i consumatori attraverso le pubblicazioni e il sito web dedicati al «Dialogo con i cittadini» (http://europa.eu.int/citizens/index_it.html).

Considerata la molteplicità delle tematiche che interessano i consumatori, un insieme completo di informazioni e dati inerenti ai consumatori deve comprendere dati quantitativi a carattere generale (come ad esempio consumi, condizioni di vita e altri aspetti socioeconomici), dati connessi con le attività dei consumatori (come ad esempio la partecipazione ad associazioni di consumatori) e dati sugli interessi economici dei consumatori (come ad esempio prezzi). I responsabili politici devono integrare i dati quantitativi disponibili con dati qualitativi ricavabili mediante sondaggi d'opinione sugli atteggiamenti, sulle conoscenze e sul grado di soddisfazione dei consumatori. Anche il monitoraggio dei reclami dei consumatori e del modo in cui tali reclami sono trattati è un elemento fondamentale per disporre di informazioni migliori in merito agli interessi dei consumatori e alle risposte del mercato.

La Commissione continuerà a sviluppare la sua «**base di conoscenze**» **costituita da informazioni e dati relativi ai consumatori e al mercato**. Essa intende continuare la pubblicazione di «Consumers in Europe — Facts and figures» (I consumatori in Europa — dati e cifre), la rilevazione dei prezzi al consumo, i sondaggi Eurobarometro e le interviste rivolte a gruppi omogenei (focus group) su servizi d'interesse generale. La Commissione esplorerà anche indagini Eurobarometro sui problemi transfrontalieri dei consumatori e sull'informazione e rappresentanza dei consumatori. Intende anche sviluppare indicatori del grado di soddisfazione dei consumatori ed utilizzerà l'iniziativa «Politica interattiva» (IPM), che si avvale delle tecnologie Internet, per raccogliere un feedback ed effettuare consultazioni. Laddove opportuno la Commissione ricorrerà anche alla ricerca scientifica, in particolare nell'ambito dei programmi quadro di ricerca e sviluppo tecnologico.

2.3. Elementi chiave alla base della nuova strategia

Nello sviluppo di questa nuova strategia si è tenuto conto di cinque elementi chiave.

2.3.1. L'euro

L'arrivo, lungamente atteso, dell'euro nelle tasche dei consumatori inizia a cambiare radicalmente gli atteggiamenti delle imprese e dei consumatori. L'introduzione dell'euro ha eliminato un'importante barriera psicologica agli acquisti in altri Stati membri e ha reso più agevole il raffronto dei prezzi. Le opportunità transfrontaliere dovrebbero quindi risultare più evidenti ai consumatori.

2.3.2. Cambiamenti sociali, economici e tecnologici

L'uso di Internet e la sua diffusione tra le famiglie sono in aumento. Nel novembre 2001 quasi il 50 % della popolazione (di età superiore a 15 anni) utilizzava Internet a casa, in ufficio, a scuola, in luoghi pubblici o in viaggio. La penetrazione di Internet nelle case degli europei è aumentata passando dal 18 % nel marzo 2000 al 38 % nel dicembre 2001 ⁽⁵⁾. Grazie a queste tendenze aumenterà, tra un numero crescente di consumatori, la consapevolezza delle possibilità offerte dal commercio elettronico.

Il **commercio elettronico** e la società dell'informazione riducono l'importanza della distanza nella pubblicità, nel marketing e nella distribuzione di molti prodotti, ma soprattutto nel caso dei servizi.

Stanno cambiando anche i **modelli di consumo**. Il **settore dei servizi** è in espansione; nell'UE questo settore ha ora una dimensione doppia rispetto al settore manifatturiero in termini di PIL, tripla se si includono i servizi pubblici e sociali ⁽⁶⁾. Ciò significa che la politica dei consumatori dell'UE dovrà conside-

rare maggiormente i servizi, compresi gli aspetti della sicurezza.

2.3.3. Cogliere appieno i vantaggi del mercato interno

A seguito di questi cambiamenti il commercio transfrontaliero costituisce ora una possibilità più realistica. Tuttavia permangono ancora ostacoli alla piena realizzazione delle potenzialità del mercato interno nel settore del dettaglio.

Dalle indagini emerge che vi sono ancora grandi differenze sul piano dei prezzi per quanto concerne molti beni di consumo e servizi nell'UE — differenze che i consumatori potrebbero sfruttare a loro vantaggio se potessero avere maggiore fiducia negli acquisti transfrontalieri. Inoltre i prezzi potrebbero diminuire se le imprese potessero vendere oltre frontiera senza dover disporre di un'organizzazione specifica per i diversi paesi.

Notevoli differenze di prezzo

L'ultima relazione della Commissione ⁽⁷⁾ sul funzionamento dei mercati comunitari dei prodotti e dei capitali indica che i prezzi al dettaglio degli alimenti e dei beni di consumo continuano a variare notevolmente tra gli Stati membri e che la riduzione di tali differenziali è notevolmente rallentata negli ultimi anni. In generale, le differenze dei prezzi all'interno dell'UE sono da tre a cinque volte superiori a quelle all'interno di un dato paese. La relazione conclude che le diverse normative nazionali, il comportamento delle aziende e i problemi di concorrenza possono essere i fattori che, combinandosi, contribuiscono a mantenere il divario tra i prezzi nella Comunità.

Regole diverse in materia di tutela dei consumatori sono in vigore in diversi Stati membri. Non essendo sicuri del tipo di protezione eventualmente disponibile quando fanno acquisti oltre confine, i consumatori limitano le loro scelte ai prodotti e ai servizi disponibili nel loro Stato membro.

Mancanza di fiducia dei consumatori negli acquisti oltre confine

In tutta l'UE la fiducia dei consumatori negli acquisti oltre frontiera è sensibilmente inferiore a quella negli acquisti nel proprio paese — soltanto il 31 % dei consumatori ritiene di essere adeguatamente protetto nel caso di una controversia transfrontaliera con un fornitore, contro una media del 56 % che ritiene di disporre di una protezione adeguata nel caso in cui un'analoga controversia insorga nel proprio paese ⁽⁸⁾.

⁽⁵⁾ Analisi comparativa dei progressi dell'iniziativa eEurope, 5 febbraio 2002, COM(2002) 62 def.

⁽⁶⁾ Fonte: Eurostat.

⁽⁷⁾ COM(2001) 736.

⁽⁸⁾ EOS Gallup Europe «Consumers survey», gennaio 2002: il testo completo della relazione è disponibile alla pagina web http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/events/event42_en.html

Analogamente anche le imprese sono spesso incerte su come procedere nelle vendite a consumatori in altri Stati membri. È quindi essenziale che l'Unione europea assicuri che le norme e le prassi del mercato interno promuovano **la fiducia dei consumatori nelle operazioni transfrontaliere**. Ciò implica norme più semplici e uniformi, un analogo livello di applicazione su tutto il territorio dell'UE, informazioni più accessibili per i consumatori, l'educazione dei consumatori e rimedi legali efficaci.

Gli acquisti transfrontalieri non sostituiranno i normali acquisti tranne per le persone che vivono vicino alla frontiera. Eppure anche il solo fatto che **gli acquisti transfrontalieri diventino una possibilità realistica** può dare un forte **impulso alla concorrenza** sui mercati locali. Anche se una piccola percentuale di consumatori fa acquisti all'estero, ciò si ripercuote sui prezzi praticati su tutto il mercato di ciascuno Stato membro. Quest'effetto è stato già riscontrato ad esempio nel settore automobilistico nel Regno Unito ⁽⁹⁾.

2.3.4. Attuare la riforma della governance

Il Consiglio europeo di Lisbona, il Libro bianco sulla governance adottato nel luglio 2001 ⁽¹⁰⁾ e il Piano d'azione per una migliore regolamentazione che la Commissione adotterà entro breve costituiscono insieme un'espressione concreta della volontà politica di cambiamento. Queste iniziative hanno aperto un importante dibattito volto a migliorare la qualità, l'efficacia e la semplicità degli atti normativi, a garantire una maggiore consultazione e partecipazione della società civile al processo decisionale dell'UE.

I consumatori ripongono grandi aspettative nell'Unione europea, nella sua capacità di assicurare la loro sicurezza, di proteggere i loro interessi e di consentire loro di usufruire direttamente di alcuni dei benefici dell'integrazione europea. Parallelamente a ciò, i cittadini si sentono però anche sempre più lontani dall'UE, dai suoi processi e dalle sue istituzioni. Ciò significa che la futura politica di tutela dei consumatori dell'UE dovrebbe produrre benefici concreti nella vita quotidiana dei cittadini ed anche impegnare i consumatori nello sviluppo e nell'attuazione di tale politica. I cinque principi della buona governance, vale a dire apertura, partecipazione, responsabilità, efficacia e coerenza, si applicano direttamente alla politica dei consumatori e dovrebbero costituire parte integrante della futura strategia.

2.3.5. In attesa dell'allargamento

L'adesione all'UE dei paesi candidati avrà un impatto notevole sul funzionamento del mercato interno. Ciò vale in particolare per la tutela dei consumatori, settore in cui i cittadini, nella loro qualità di consumatori, constateranno direttamente gli effetti di un mercato allargato. L'UE si dovrà misurare con **nuove strutture di produzione e applicazione normativa** e, più in generale, con nuovi atteggiamenti nei confronti della tutela dei consumatori.

Molte disposizioni in materia di tutela dei consumatori sono ora dettate da leggi nazionali piuttosto che da norme europee. Sebbene tali disposizioni varino nei dettagli tra i diversi Stati membri, gli elementi di fondo sono per lo più analoghi. Tuttavia, con l'adesione degli attuali paesi candidati l'eterogeneità delle disposizioni nazionali aumenterà in modo significativo. Le strutture per assicurare l'applicazione della normativa non sono così forti nei paesi candidati e le esperienze e le aspettative dei loro consumatori sono anch'esse molto diverse. Il movimento dei consumatori nei paesi candidati deve percorrere ancora molta strada per poter svolgere appieno il suo ruolo di informazione e rappresentanza dei consumatori e di sorveglianza del mercato.

La sfida consisterà nel rispondere alle legittime aspettative dei nuovi membri, nel contempo garantendo e migliorando l'attuale livello di protezione dei consumatori sia in termini di sicurezza sia in termini di diritti giuridici ed economici dei consumatori. Pertanto la presente strategia ha costantemente presenti le problematiche dell'allargamento e la Commissione continuerà ad impegnarsi al massimo per sostenere i consumatori, i loro rappresentanti e le autorità nazionali dei paesi candidati nel processo di preparazione all'adesione.

2.4. La struttura della nuova strategia della politica dei consumatori

La presente comunicazione espone la strategia della Commissione in materia di politica dei consumatori a livello europeo per **il prossimo quinquennio** (2002-2006). Essa definisce **tre obiettivi a medio termine** da realizzare mediante **azioni comprese in un programma modulato a breve termine**, che verrà regolarmente riveduto. Il programma modulato verrà regolarmente aggiornato per mezzo di un documento di lavoro dei servizi della Commissione. La strategia a medio termine fornirà un orientamento coerente, mentre il piano a breve termine può essere adattato più celermente all'evolversi delle circostanze.

La Commissione intende anche conseguire una migliore integrazione tra la preparazione della strategia politica e lo strumento finanziario per le azioni a tutela dei consumatori ⁽¹¹⁾ cui attualmente si applica un diverso calendario.

3. GLI OBIETTIVI POLITICI DELLA NUOVA STRATEGIA DELLA POLITICA DEI CONSUMATORI

Gli elementi chiave menzionati sopra ci hanno portato all'individuazione di **tre obiettivi a medio termine**:

Obiettivo 1: «un elevato livello comune di protezione dei consumatori». Dobbiamo fare di più per consentire ai consumatori e alle imprese di usufruire dei vantaggi del mercato interno; a tal fine è essenziale l'introduzione di regole e pratiche comuni a tutela dei consumatori in tutta Europa. Ciò significa passare dall'attuale situazione caratterizzata da norme diverse in ciascuno Stato membro ad un contesto più coerente per la tutela dei consumatori in tutta l'UE.

⁽⁹⁾ http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/price_diffs

⁽¹⁰⁾ COM(2001) 428 def.

⁽¹¹⁾ Decisione n. 283/1999/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 gennaio 1999, che stabilisce un quadro generale per le attività comunitarie a favore dei consumatori (GU L 34 del 9.2.1999, pag. 1).

Obiettivo 2: «un'applicazione efficace delle norme a tutela dei consumatori». Nessuna legge è buona se non è fatta rispettare in modo adeguato. I consumatori, di fronte al progressivo aumentare dell'integrazione economica nel mercato interno e alle maggiori opportunità loro offerte, dovrebbero godere in concreto dello stesso tipo di tutela su tutto il territorio dell'UE e a maggior ragione in un'UE allargata. Anche le imprese hanno tutto l'interesse a che le regole vengano applicate in modo più uniforme. Le autorità pubbliche dovrebbero disporre di strumenti pratici ed efficaci di cooperazione in questo senso.

Obiettivo 3: «il coinvolgimento delle organizzazioni dei consumatori nelle politiche dell'UE». Il contributo delle organizzazioni dei consumatori alle politiche è essenziale sia in termini di contenuto che di processo.

Questi obiettivi si rafforzano reciprocamente. L'attuazione delle politiche dell'UE è più agevole se si raggiunge un elevato livello di tutela comune; ma regole comuni a tutta l'UE che non siano fatte adeguatamente rispettare creano incertezza e riducono i benefici per i consumatori. Non sarà possibile cogliere appieno i vantaggi di un livello comune di protezione dei consumatori se le organizzazioni dei consumatori non saranno sufficientemente forti da poter svolgere il loro ruolo che consiste nel fornire ai responsabili politici elementi d'orientamento e dati relativi ai problemi riscontrati e nel contribuire al rispetto delle norme mediante una sorveglianza del mercato.

Nella strategia si è data priorità ad azioni che si integrano l'una con l'altra e che insieme formano una massa critica che ne rafforza l'effetto moltiplicatore. Queste azioni prioritarie riguardano essenzialmente questioni transfrontaliere e sono state selezionate per massimizzare l'impatto a livello di UE. Alcune di queste azioni propongono di mettere assieme le scarse risorse disponibili a livello dell'UE o a livello nazionale e spesso concorrono alla realizzazione di più di un obiettivo. Particolare rilievo è dato alle azioni che promuovono l'integrazione degli interessi dei consumatori in altre politiche e alle azioni di preparazione dell'allargamento.

3.1. Obiettivo a medio termine n. 1: «Un elevato livello comune di protezione dei consumatori nell'UE»

Quest'obiettivo non implica una disciplina dettagliata dell'intero ambito della tutela dei consumatori a livello europeo: ciò non è auspicabile né fattibile. Si tratta piuttosto di armonizzare, mediante i mezzi più appropriati (direttiva quadro, standard, buone pratiche) non soltanto la sicurezza dei beni e dei servizi, ma anche quegli aspetti degli interessi economici dei consumatori che servono a dare ai consumatori la necessaria fiducia per effettuare operazioni commerciali ovunque nel mercato interno. Ciò può comportare la definizione di un insieme comune di norme comunitarie chiare e semplici sui requisiti di sicurezza dei beni e dei servizi, sulle prassi commerciali e sui diritti contrattuali dei consumatori. Oppure si potrebbero colmare le lacune che sussistono tra le norme attualmente in vigore nell'UE, il che richiederebbe la riforma di direttive vigenti. In linea con l'iniziativa sulla governance si potrebbe

rafforzare la responsabilità delle imprese e dei consumatori attraverso un migliore utilizzo di forme alternative di regolamentazione, come ad esempio l'autoregolamentazione e la coregolamentazione o la standardizzazione. Un elevato livello comune di protezione dei consumatori richiede anche che si tenga presente il principio d'integrazione, così da assicurare che le altre politiche dell'UE, come quelle relative al mercato interno, ai servizi finanziari, ai trasporti, all'energia, all'ambiente, alla concorrenza, all'agricoltura, al commercio estero e altre ancora prendano in considerazione gli interessi dei consumatori in modo sistematico e specifico. Nella definizione di tutte le politiche dell'UE si dovrebbe tener conto delle disposizioni che sono essenziali per i consumatori e che assicurano un elevato livello di protezione su tutto il territorio dell'UE. Allo stesso modo si dovrebbe ovviamente considerare l'impatto sulle imprese e sugli altri soggetti interessati delle iniziative riconducibili alla politica dei consumatori. La Commissione sta inoltre sviluppando una metodologia integrata per valutare l'impatto che le iniziative producono su tutte le politiche e su tutti i gruppi da esse interessati.

Occorre un elevato livello di protezione dei consumatori: questo elemento verrà attentamente considerato nella definizione di altre politiche.

Quest'obiettivo richiede azioni nei seguenti ambiti politici:

3.1.1. Sicurezza dei beni e dei servizi destinati ai consumatori

L'azione comunitaria è stata efficace nell'assicurare la libera circolazione dei prodotti destinati ai consumatori nell'UE e ora si sta portando avanti una strategia volta al conseguimento di risultati analoghi nel campo dei servizi. Tuttavia è necessario rafforzare ancora l'azione comunitaria intesa ad assicurare, per il tramite dell'UE, un elevato e coerente livello di protezione in relazione ai beni di consumo. Nel caso dei servizi, le iniziative comunitarie aventi per oggetto la sicurezza dei consumatori si sono limitate sinora a pochi ambiti, segnatamente quello dei trasporti. È quindi necessario esaminare quali ulteriori azioni comunitarie siano necessarie in questo ambito e avviare le iniziative appropriate.

Le priorità in questo ambito politico comprendono **l'attuazione della direttiva modificata sulla sicurezza generale dei prodotti** ⁽¹²⁾, in particolare lo sviluppo di **norme** nel contesto di questa nuova direttiva, iniziative appropriate in relazione alla sicurezza dei servizi prestati ai consumatori e la trattazione di **specifici problemi in materia di sicurezza** via via che essi si presentano. Le nuove norme sui **prodotti chimici** introdurranno adeguate misure di riduzione del rischio e accresceranno il livello di sicurezza dei consumatori.

⁽¹²⁾ Direttiva 2001/95/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 3 dicembre 2001, relativa alla sicurezza generale dei prodotti (GU L 11 del 15.1.2002, pag. 4).

3.1.2. Legislazione relativa agli interessi economici dei consumatori

3.1.2.1. Prassi commerciali

Il Libro verde sulla tutela dei consumatori⁽¹³⁾ ha definito le opzioni per l'ulteriore armonizzazione delle norme sulle pratiche commerciali — opzioni che comprendono un approccio specifico caso per caso oppure il ricorso integrativo alla legislazione quadro. Occorre anche rivedere e riformare le attuali direttive dell'UE in materia di tutela dei consumatori per aggiornarle e adattare progressivamente in modo da passare da un'armonizzazione minima a misure di «piena armonizzazione». Il Libro verde e la strategia della Commissione per il mercato interno dei servizi⁽¹⁴⁾ indicano chiaramente che nel settore delle prassi commerciali relative alla tutela dei consumatori la semplice applicazione del riconoscimento reciproco, senza armonizzazione, rischia di non essere lo strumento adeguato. Tuttavia, a patto che si raggiunga un sufficiente grado di armonizzazione, si potrebbe applicare l'approccio basato sul principio del paese d'origine per le rimanenti questioni.

La Commissione presenterà **nel 2002** una comunicazione di follow-up al **Libro verde sulla tutela dei consumatori**, che chiarirà ulteriormente le sue intenzioni in relazione a nuove iniziative e a quelle già esistenti per quanto concerne le prassi commerciali e fornirà l'opportunità di ulteriori consultazioni.

3.1.2.2. Riesame della legislazione comunitaria in vigore relativa alla tutela dei consumatori

Le relazioni della Commissione⁽¹⁵⁾ sulle direttive relative all'acquisizione di un diritto di godimento a tempo parziale di beni immobili⁽¹⁶⁾ e sui viaggi tutto compreso⁽¹⁷⁾ segnalano che si sono manifestate diverse carenze, confermate da denunce fatte pervenire al Parlamento europeo e alla Commissione. Queste due direttive prevedono un mix di strumenti di ricorso basati sul diritto contrattuale e di norme in materia di prassi commerciali (ad esempio tecniche di vendita). La riforma di queste ultime potrebbe essere parzialmente completata nell'ambito di qualsiasi iniziativa che faccia seguito al Libro verde sulla tutela dei consumatori nell'UE. Per queste direttive una delle priorità chiave per la Commissione consisterebbe nel proporre la piena armonizzazione, al fine di ridurre al minimo le divergenze delle norme in materia di tutela dei consumatori sul territorio dell'UE che determinano una frammentazione del mercato interno a scapito dei consumatori e delle imprese.

Inoltre la Commissione riferirà sull'attuazione di una serie di direttive vigenti ove ciò sia prescritto. Tali relazioni potrebbero essere corredate, se del caso, di proposte di modifica.

La Commissione riesaminerà le direttive vigenti sul **godimento a tempo parziale di beni immobili, sui viaggi tutto compreso e sulle indicazioni dei prezzi**.

⁽¹³⁾ COM(2001) 531 def.

⁽¹⁴⁾ COM(2000) 888.

⁽¹⁵⁾ SEC(1999) 1795 def. e SEC(1999) 1800 def.

⁽¹⁶⁾ Direttiva 94/47/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 280 del 29.10.1994, pag. 83).

⁽¹⁷⁾ Direttiva 90/314/CEE del Consiglio, del 13 giugno 1990, concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso» (GU L 158 del 23.6.1990).

3.1.2.3. Normativa che disciplina i contratti stipulati con i consumatori

Nel 2001 la Commissione ha adottato una comunicazione sul diritto contrattuale europeo⁽¹⁸⁾, che ha avviato un processo di consultazione sui problemi per il mercato interno e per l'applicazione uniforme del diritto comunitario che potrebbero derivare da divergenze del diritto contrattuale degli Stati membri. Il diritto dei contratti dei consumatori costituisce una parte importante del diritto contrattuale della CE. Il Consiglio ha invitato la Commissione a comunicare i risultati della consultazione, le sue osservazioni e raccomandazioni, se necessario sotto forma di Libro bianco o Libro verde, alla fine del 2002. Il Parlamento europeo ha invitato la Commissione ad elaborare un piano d'azione.

Il follow-up alla comunicazione risponderà alle richieste del Consiglio e del Parlamento europeo. Potrebbe comportare la proposta di un mix di misure normative e non normative; queste ultime potrebbero tra l'altro riguardare la proposta di un coordinamento delle attività di ricerca. Tali attività potrebbero portare all'elaborazione di un comune quadro di riferimento, con l'introduzione di principi e di una terminologia comuni. Il follow-up potrebbe anche definire le misure da adottare per garantire la coerenza tra l'acquis comunitario attuale e futuro, tenuto conto del quadro di riferimento generale. In questo contesto è ipotizzabile un **riesame del diritto dei contratti dei consumatori in vigore** per rimuovere le incoerenze riscontrate, colmare le lacune e apportare semplificazioni. Rientrerebbe in questo riesame anche un'**armonizzazione dei periodi di riflessione** previsti da diverse direttive⁽¹⁹⁾.

3.1.3. Servizi finanziari

Il Piano d'azione per i servizi finanziari⁽²⁰⁾ stabilisce un programma di iniziative volte a completare il mercato interno dei servizi finanziari al dettaglio. Molto è già stato fatto, come ad esempio il regolamento relativo ai pagamenti transfrontalieri in euro⁽²¹⁾ che presenterà grandi vantaggi per i consumatori e contribuirà ad incoraggiare il commercio transfrontaliero allineando le commissioni bancarie delle transazioni transfrontaliere e di quelle nazionali. Tuttavia occorre fare di più ed è ciò che il piano d'azione si propone. Esso comprende sia azioni volte ad agevolare la prestazione transfrontaliera di servizi finanziari, sia misure volte ad assicurare l'adeguata protezione dei consumatori indipendentemente dal luogo in cui si trovano sul territorio dell'UE e ad accrescere la loro fiducia nelle operazioni transfrontaliere. La Commissione rafforzerà un approccio normativo nel campo dei servizi finanziari basato sulla consultazione tempestiva, ampia e sistematica di tutte le parti interessate, compresi i consumatori e gli utilizzatori finali.

⁽¹⁸⁾ COM(2001) 398 def.

⁽¹⁹⁾ Direttiva 94/47/CE del Parlamento europeo e del Consiglio concernente la tutela dell'acquirente per taluni aspetti dei contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento a tempo parziale di beni immobili (GU L 280 del 29.10.1994, pag. 83), direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio riguardante la protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza (GU L 144), direttiva 85/577/CEE del Consiglio, del 20 dicembre 1985, per la tutela dei consumatori in caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

⁽²⁰⁾ COM(1999) 232 def.

⁽²¹⁾ Regolamento n. 2560/2001 del 19 dicembre 2001 (GU L 344 del 28.12.2001, pag. 13).

A tal fine la Commissione proporrà in particolare di rivedere e aggiornare la **direttiva sul credito al consumo** ⁽²²⁾.

La Commissione formulerà una **proposta relativa a un quadro giuridico completo per i pagamenti nel mercato interno**. Le forme che il denaro e i pagamenti assumono si stanno evolvendo rapidamente: moneta di plastica, moneta elettronica. L'introduzione dell'euro sta accelerando tale tendenza. Il buon funzionamento del mercato interno richiede strumenti e reti di pagamento efficienti e sicuri. Il legislatore dovrà occuparsi degli sviluppi nel campo dei prezzi, dei tempi e delle relazioni tra i soggetti emittenti e i titolari di questi nuovi mezzi di pagamento. Si dovrà anche riesaminare la legislazione vigente.

Nel campo dei valori mobiliari, la Commissione ha adottato proposte di direttive sugli abusi di mercato ⁽²³⁾ e sul prospetto informativo ⁽²⁴⁾ che comportano un elevato livello di protezione dei consumatori. La revisione della direttiva sui servizi d'investimento porterà all'armonizzazione delle norme di comportamento delle imprese di investimento. La Commissione presenterà anche una proposta sugli obblighi di trasparenza delle società quotate in borsa. Queste proposte andranno tutte a vantaggio dei consumatori creando un mercato interno dei servizi finanziari più equo e più trasparente.

3.1.4. Commercio elettronico

I consumatori sono ancora cauti per quanto concerne gli acquisti on line ed infatti meno del 2 % delle vendite al dettaglio avviene on line. Nel contesto del piano d'azione eEurope adottato nel 2000 ⁽²⁵⁾, la Commissione ha sviluppato una strategia per accrescere la fiducia dei consumatori nel commercio on line, strategia composta di quattro elementi: codici di elevata qualità applicabili al commercio elettronico, validi sistemi alternativi di risoluzione delle controversie (ADR), norme chiare e coerenti, nonché efficaci strumenti per farle rispettare.

Se è vero che vi sono molti codici, marchi di affidabilità (trustmarks) e altri sistemi di tal genere, è proprio il loro numero e la loro diversità a rendere difficile per i consumatori decidere se un particolare sito Internet meriti o non la loro fiducia per l'effettuazione di un'operazione. L'iniziativa della Commissione per la promozione della fiducia dei consumatori nel commercio elettronico (e-confidence) è stata avviata nel maggio 2000. Essa ha coinvolto tutta un'ampia gamma di soggetti interessati, tra cui rappresentanti dei consumatori e delle imprese, con lo scopo di pervenire ad un accordo su requisiti comuni in materia di buone pratiche. Nel dicembre 2001 gli interessati hanno presentato alla Commissione un accordo di massima,

proponendo i requisiti di un marchio di affidabilità europeo e una struttura che vigili sulla sua attuazione nella pratica.

Sulla base di tale accordo, la Commissione intende adottare una **raccomandazione sulla fiducia dei consumatori nel commercio elettronico** e lavorerà con le parti interessate per controllare l'attuazione del loro accordo.

Reti sicure, un accesso sicuro e la protezione della privacy sono anch'essi elementi vitali per accrescere la fiducia dei consumatori nel commercio elettronico. La relazione dedicata all'analisi comparativa dei progressi dell'iniziativa eEurope ⁽²⁶⁾ indica che i progressi compiuti per migliorare la protezione dalle minacce alla sicurezza sono ancora lenti nonostante le diverse iniziative avviate dal settore pubblico e da quello privato, come ad esempio l'adozione della direttiva sulla firma elettronica ⁽²⁷⁾. Nell'ultimo biennio si è registrato un aumento delle minacce e degli incidenti sul piano della sicurezza informatica, come ad esempio attacchi di virus. In questo contesto l'approccio iniziale dell'iniziativa eEurope in materia di sicurezza si è esteso alla sicurezza delle reti e dell'informazione.

La Commissione e gli Stati membri prenderanno una serie di **misure per migliorare la sicurezza del commercio elettronico** che riguarderanno gli aspetti di sensibilizzazione, sostegno tecnologico, regolamentazione e coordinamento internazionale ⁽²⁸⁾.

3.1.5. Servizi d'interesse generale (SIG)

I servizi d'interesse generale sono definiti nella comunicazione della Commissione su «I servizi d'interesse generale in Europa» ⁽²⁹⁾ quali servizi che le autorità pubbliche definiscono d'interesse generale ed ai quali le medesime autorità impongono specifici obblighi di servizio pubblico. Essi coprono ambiti come **i trasporti, l'energia (elettricità e gas), le telecomunicazioni** ⁽³⁰⁾ e **i servizi postali** ⁽³¹⁾. Una garanzia di **accesso universale, elevata qualità ed economicità** di tali servizi è alla base delle esigenze dei consumatori, come anche altri obblighi destinati ad accompagnare il processo di liberalizzazione. La relazione della Commissione sui servizi d'interesse generale presentata al consiglio europeo di Laeken ⁽³²⁾ ha annunciato l'intenzione della Commissione di produrre regolarmente una serie di relazioni per seguire l'andamento del mercato in tale ambito. La prima di tali relazioni è stata prodotta e ha individuato nella **qualità** dei servizi una grande sfida per il futuro.

⁽²²⁾ Direttiva 87/102/CEE del Consiglio, del 22 dicembre 1986, relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di credito al consumo, modificata dalla direttiva 90/88/CEE del 22 febbraio 1990; Direttiva 98/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 16 febbraio 1998 (GU L 42 del 12.2.1987, GU L 61 del 10.3.1990, GU L 101 dell'1.4.1998).

⁽²³⁾ COM(2001) 281 def.

⁽²⁴⁾ COM(2001) 280 def.

⁽²⁵⁾ http://europa.eu.int/information_society/eeurope/action_plan/pdf/actionplan_it.pdf

⁽²⁶⁾ Analisi comparativa dei progressi dell'iniziativa eEurope 2002, 5 febbraio 2002, COM(2002) 62 def.

⁽²⁷⁾ Direttiva 1999/93/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 1999, relativa ad un quadro comunitario per le firme elettroniche (GU L 13 del 19.1.2000, pag. 12), entrata in vigore il 19.7.2001.

⁽²⁸⁾ Comunicazione della Commissione COM(2001) 298 del 6 giugno 2001; risoluzione del Consiglio 14378/01 del 6 dicembre 2001.

⁽²⁹⁾ COM(2000) 580 del 20 settembre 2000.

⁽³⁰⁾ Direttiva 2002/22/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 marzo 2002, «Direttiva servizio universale» (GU L 108 del 24.4.2002, pag. 51).

⁽³¹⁾ Tuttavia, non tutte le attività in questi settori sono soggette all'obbligo di servizio pubblico e alcune funzionano alle normali condizioni di mercato, ad esempio nei settori dei trasporti e dell'energia, anche se in tali settori si applicano alcune misure a tutela dei consumatori.

⁽³²⁾ COM(2001) 598 del 17 ottobre 2001.

Mancano attualmente indicatori di qualità sufficientemente sviluppati per condurre una valutazione di tali servizi. La Commissione intende produrre una **comunicazione intesa a definire la metodologia per effettuare valutazioni orizzontali dei servizi d'interesse generale**. Tale metodologia riserverà un'attenzione particolare al punto di vista dei consumatori sull'efficacia di tali servizi.

3.1.5.1. SIG — Trasporti

Nel settore dei **trasporti**, certi servizi hanno provocato un alto grado di insoddisfazione tra i consumatori, come rilevato da un'indagine Eurobarometro⁽³³⁾ e da ricerche qualitative condotte attraverso interviste rivolte a gruppi omogenei (focus group). Notevoli progressi sono stati compiuti per quanto concerne i diritti dei passeggeri nel trasporto aereo. Si avverte però la necessità di estendere tali progressi ad altri modi di trasporto.

Il Libro bianco della Commissione «La politica europea dei trasporti fino al 2010: il momento delle scelte»⁽³⁴⁾ afferma l'intenzione della Commissione **di estendere**, entro il 2004 e nei limiti del possibile, **le misure a tutela dei consumatori vigenti nel trasporto aereo ad altri modi di trasporto**, e in particolare alla ferrovia, alla navigazione marittima e, per quanto possibile, ai trasporti urbani.

3.1.5.2. SIG — Energia

Nel settore dell'**energia**, la Commissione ha formulato proposte⁽³⁵⁾ per aprire ulteriormente alla concorrenza i mercati dell'**elettricità** e del **gas**. Tali proposte prevedono che tutti gli utenti siano liberi di scegliere il loro fornitore entro il 1° gennaio 2005.

Le proposte contengono un insieme dettagliato di **diritti fondamentali dei consumatori** comprendente, nel caso dell'elettricità, il diritto a un servizio universale. Esse contengono anche un insieme minimo di condizioni nei contratti, la trasparenza dell'informazione sui prezzi e sulle tariffe, misure volte a tutelare gli utenti più deboli e la disponibilità di meccanismi a basso costo e trasparenti per la trattazione dei reclami e la risoluzione delle controversie.

La Commissione continuerà a seguire l'attuazione delle norme sul mercato interno dell'elettricità e del gas, in particolare per quanto concerne i loro effetti sui consumatori, e continuerà le attività di ricerca relative ad un'ampia gamma di opzioni energetiche per il futuro.

⁽³³⁾ Eurobarometro sui SIG, settembre 2000, consultabile all'indirizzo: http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/library/surveys/facts_euro53_en.pdf

⁽³⁴⁾ COM(2001) 370 del 12 settembre 2001.

⁽³⁵⁾ Proposta di direttiva che modifica le direttive 96/92/CE e 98/30/CE concernenti norme comuni per il mercato interno dell'energia elettrica e del gas naturale — Comunicazione della Commissione COM(2001) 125 del 13 marzo 2001.

3.1.6. Commercio internazionale, standardizzazione e questioni relative all'etichettatura

Il sistema degli scambi mondiali è governato dagli accordi stipulati in sede di Organizzazione mondiale del commercio. Al di là della stessa liberalizzazione degli scambi, diversi aspetti di tali accordi rivestono interesse per i consumatori.

Una nuova tornata di negoziati commerciali dell'OMC è stata avviata a Doha nel novembre 2001 con il fine di procedere ad un'ulteriore liberalizzazione del commercio e definire nuove regole. Molti aspetti di questi negoziati rivestono interesse per i consumatori, ad esempio i negoziati in sede OMC sui servizi, compresi i servizi finanziari, i dibattiti sull'etichettatura, la sicurezza dei prodotti e le pratiche ingannevoli nell'ambito dell'accordo TBT⁽³⁶⁾, l'applicazione del principio di precauzione e i problemi in materia di proprietà intellettuale.

Oltre che in seno all'OMC, la CE ha negoziato o sta negoziando accordi commerciali con diversi paesi e regioni, accordi che hanno anch'essi interesse per i consumatori.

Gli standard internazionali, in particolare quelli stabiliti dall'ISO⁽³⁷⁾, hanno un ruolo importante in rapporto all'accordo sugli ostacoli tecnici agli scambi (TBT) e possono influire sulla sicurezza o sugli interessi dei consumatori europei. È quindi importante assicurare la trasparenza e un'adeguata rappresentanza degli interessi dei consumatori nel processo di standardizzazione internazionale.

Strumenti privati — quali i codici di condotta, le linee, le guida e l'etichettatura volontaria — che intendono informare il consumatore in merito all'origine, alla produzione e al possibile impatto del prodotto, possono costituire un completamento degli interventi adottati dalle pubbliche autorità nell'ottica della promozione dello sviluppo sostenibile.

La Commissione **promuoverà e tutelerà gli interessi dei consumatori** in seno all'OMC, come anche nel contesto delle relazioni commerciali bilaterali e in altre sedi; manterrà a tal fine un dialogo con le organizzazioni dei consumatori. Promuoverà anche la partecipazione dei consumatori alla standardizzazione internazionale.

3.2. Obiettivo a medio termine n. 2: efficace applicazione delle norme a tutela dei consumatori

Un'efficace cooperazione per assicurare il rispetto delle regole a tutela dei consumatori è il secondo obiettivo di questa strategia. Attualmente vi sono ostacoli di natura sia giuridica che pratica alla cooperazione in materia di applicazione delle norme, ostacoli che si devono superare se si vuole un'efficace applicazione nella pratica dei principi volti a tutelare i consumatori. Se è vero che all'UE spetta un ruolo di coordinamento, garantire il rispetto delle norme è un ruolo che compete essenzialmente alle autorità a livello nazionale, regionale o locale. Per raggiungere quest'obiettivo di medio termine si dovrebbero contemplare azioni nei seguenti ambiti:

⁽³⁶⁾ Accordo OMC sugli ostacoli tecnici agli scambi.

⁽³⁷⁾ International Standards Organisation.

3.2.1. Cooperazione tra gli Stati membri in materia di applicazione della normativa

La cooperazione tra le autorità pubbliche responsabili dell'applicazione delle norme in materia di pratiche commerciali e di sicurezza dei prodotti è essenziale per il funzionamento del mercato interno. Se commercianti truffaldini potessero agire impunemente in una dimensione transfrontaliera, ciò avrebbe un effetto nocivo sulla fiducia dei consumatori e delle imprese. Il Libro verde sulla tutela dei consumatori nell'Unione europea⁽³⁸⁾ argomentava a favore di uno strumento giuridico, simile a quello che esiste per altre politiche dell'UE, che formalizzi tale cooperazione. Tale strumento giuridico potrebbe anche costituire la base per accordi di cooperazione con paesi terzi. Le idee esposte nel Libro verde su tali questioni hanno raccolto un consenso molto ampio.

Nella direttiva modificata sulla sicurezza generale dei prodotti è già stato previsto un rafforzamento delle strutture per la cooperazione tra le diverse autorità di controllo in materia di sicurezza dei prodotti, come ad esempio la Rete per la sicurezza dei prodotti di consumo.

La Commissione intende proporre un **quadro legislativo per la cooperazione tra le autorità di controllo** degli Stati membri responsabili di garantire il rispetto della normativa a tutela dei consumatori, compresa l'istituzione di un comitato di rappresentanti degli organismi nazionali di controllo.

Gli attuali strumenti di cooperazione ad hoc e di carattere informale quali IMSN o CLAB, antesignani di questo tipo di cooperazione, continueranno a svolgere un ruolo importante.

3.2.1.1. La Rete internazionale di vigilanza delle pratiche commerciali (IMSN)

L'IMSN è un'organizzazione composta dalle autorità di 29 paesi preposte all'applicazione della normativa. In linea di massima queste autorità sono membri dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE). Il compito della rete consiste nello scambio di informazioni sulle attività commerciali transfrontaliere che possono ripercuotersi sugli interessi dei consumatori e nell'incoraggiare la cooperazione internazionale tra gli organismi che applicano la normativa. La Commissione europea partecipa in qualità di osservatore alle conferenze semestrali dell'IMSN. Il sottogruppo europeo «International Marketing Supervision Network — Europe» (IMSN-Europe) è una rete di autorità governative dei paesi dello Spazio economico europeo preposte a garantire il rispetto delle norme in materia di pratiche commerciali corrette ed allo svolgimento di altre attività di tutela dei consumatori.

Per assicurare uno scambio permanente e sistematico di informazioni tra i membri di IMSN-Europe, La Commissione intende sviluppare il suo attuale **sito web** in vista di uno scambio di informazioni, nonché la **base dati** che contiene informazioni sull'applicazione e il rispetto delle normative.

3.2.1.2. La base CLAB⁽³⁹⁾ — base dati sulle clausole contrattuali vessatorie

La direttiva concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori⁽⁴⁰⁾ è stata adottata per eliminare le clausole vessatorie contenute nei contratti stipulati tra un operatore professionale e un consumatore. La Commissione ha avviato la base dati CLAB per creare uno strumento di monitoraggio dell'applicazione pratica della direttiva sotto forma di una base di dati sulla «giurisprudenza nazionale» relativa alle clausole vessatorie. Ai fini della base dati CLAB per «giurisprudenza» non s'intendono soltanto le sentenze emesse dai tribunali, ma anche le decisioni adottate da organi amministrativi, gli accordi volontari, i meccanismi di composizione extragiudiziale delle controversie e i lodi arbitrali.

Nei prossimi anni la Commissione intende **completare e migliorare la base dati CLAB**.

3.2.2. Informazioni e dati sulla sicurezza di beni e servizi

L'efficacia dei sistemi esistenti nell'UE per assicurare un elevato livello di protezione della salute e della sicurezza dei consumatori andrebbe sottoposta ad attento monitoraggio per identificare eventuali punti deboli, determinare le priorità per quanto concerne il rafforzamento e il completamento delle disposizioni in materia di sicurezza, intervenire rapidamente in casi di emergenza e assistere i responsabili politici nella definizione di nuovi orientamenti politici. Ciò comporta, in particolare, la raccolta e la valutazione di informazioni e dati sui prodotti di consumo pericolosi, sui rischi posti da certi servizi, sugli incidenti legati a prodotti e servizi destinati ai consumatori.

La raccolta e lo scambio di tali informazioni a livello di UE è importante anche per contribuire ad assicurare un'applicazione coerente delle norme comunitarie sulla sicurezza dei prodotti e dei servizi.

Il «sistema di allarme rapido» (RAPEX) e i programmi per la raccolta e lo scambio di dati sulle lesioni personali provocate dai prodotti andrebbero sviluppati ulteriormente. Il **rafforzamento di RAPEX** rientrerà nell'attuazione della direttiva modificata sulla sicurezza generale dei prodotti⁽⁴¹⁾. Lo **sviluppo di un sistema per raccogliere, valutare e scambiare dati e informazioni sulla sicurezza dei servizi** e sugli incidenti in certi settori dei servizi può essere considerato parte dell'iniziativa sulla sicurezza dei servizi. Inoltre, l'attuale sistema di raccolta e valutazione dei dati sulle lesioni personali provocate dai prodotti nel quadro del Programma per la prevenzione degli infortuni⁽⁴²⁾ continuerà nell'ambito del nuovo programma Sanità e verrà eventualmente rafforzato con opportune iniziative specifiche.

⁽³⁹⁾ La sigla CLAB fa riferimento all'espressione francese «clauses abusives», vale a dire clausole contrattuali vessatorie.

⁽⁴⁰⁾ Direttiva 93/13/CEE (GU L 95 del 21.4.1993).

⁽⁴¹⁾ Direttiva 2001/95/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 3 dicembre 2001, sulla sicurezza generale dei prodotti (GU L 11 del 15.1.2002, pag. 4).

⁽⁴²⁾ http://europa.eu.int/comm/health/ph/programmes/injury/index_en.htm

⁽³⁸⁾ COM(2001) 531 def.

L'allargamento comporterà un'ulteriore sfida consistente nell'integrare nel sistema comunitario meccanismi di applicazione della normativa più deboli. Per agevolare quest'integrazione la Commissione assiste i paesi candidati nel difficile compito di creare delle **strutture amministrative adeguate e di introdurre dei poteri di controllo** per l'applicazione dell'acquis comunitario in materia di protezione dei consumatori ed il relativo monitoraggio.

I paesi candidati verranno coinvolti nell'attuazione della direttiva modificata relativa alla sicurezza generale dei prodotti, in particolare tramite la loro **partecipazione al «sistema di allarme rapido» rafforzato (RAPEX)**.

3.2.3. Rimedi legali

Se si vuole che i consumatori abbiano sufficiente fiducia nell'effettuare acquisti al di fuori del loro Stato membro e sfruttino i vantaggi del mercato interno, occorre che essi abbiano la certezza di poter disporre, in caso di problemi, di efficaci rimedi legali. Occorre quindi un accesso migliore e più agevole a procedure giudiziali ed extragiudiziali per la risoluzione delle controversie transfrontaliere, in modo da consentire ai consumatori un accesso più facile alla giustizia.

3.2.3.1. Risoluzione alternativa delle controversie

Quando insorgono controversie transfrontaliere non è sempre possibile né economico per i consumatori e per le imprese adire le tradizionali vie legali. La Commissione ha risposto con tutta una serie di iniziative volte a promuovere sistemi semplici, economici ed efficaci di risoluzione delle controversie transfrontaliere, come ad esempio meccanismi alternativi di risoluzione delle controversie ⁽⁴³⁾ (ADR).

Per coordinare le procedure di composizione extragiudiziale in tutta Europa, nell'ottobre 2001 è stata avviata la rete extragiudiziale europea (EEJ-Net). Si tratta di una struttura di comunicazione e di sostegno composta di punti di contatto nazionali (o «camere di compensazione») istituiti da ciascuno Stato membro. Le camere di compensazione forniscono ai consumatori informazioni e sostegno per il ricorso ad un appropriato sistema alternativo di risoluzione extragiudiziale delle controversie. La rete EEJ-Net è integrata da FIN-NET, la rete extragiudiziale dell'UE, istituita nel febbraio 2001, che tratta i reclami transfrontalieri legati ai servizi finanziari.

⁽⁴³⁾ La Commissione ha adottato due raccomandazioni sui principi applicabili agli organi responsabili per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo (98/257/CE, GU L 115 del 17.4.1998, pag. 31) e sui principi applicabili agli organi extragiudiziali che partecipano alla risoluzione consensuale delle controversie in materia di consumo (2001/310/CE, GU L 109 del 19.4.2001, pag. 56).

La Commissione svilupperà **EEJ-Net** con gli Stati membri. Assicurerà garanzie minime per i **meccanismi alternativi di risoluzione delle controversie**, incoraggiando l'applicazione dei principi contenuti nelle raccomandazioni della Commissione del 1998 e del 2001. La Commissione svilupperà ulteriormente e migliorerà FIN-NET, promuovendo inoltre lo sviluppo di **sistemi alternativi di risoluzione delle controversie su scala dell'UE, in particolare sistemi on line**. La Commissione ha inoltre adottato un Libro verde sui modi alternativi di risoluzione delle controversie ⁽⁴⁴⁾, in modo da fare un bilancio della situazione attuale e fissare le priorità future; intende inoltre proporre una comunicazione sulla risoluzione delle controversie on line.

3.2.3.2. I Centri europei dei consumatori (Eurosportelli)

La rete dei Centri europei dei consumatori (rete CEC) funge da interfaccia tra la Commissione e i consumatori europei per promuovere un miglior uso del mercato interno e far pervenire alla Commissione un feedback sui problemi che emergono sul mercato. I CEC forniscono informazioni sulla legislazione e sulla giurisprudenza sia a livello europeo che a livello di Stati membri. I CEC forniscono anche assistenza e consulenza in materia di mediazione, informazioni sulle procedure, una prima assistenza legale ed eventualmente rinviando ad altre autorità. I CEC collaborano strettamente nell'ambito della rete e con altre reti europee come ad esempio EEJ-Net e FIN-NET. La Commissione auspicherebbe la presenza di un Centro europeo dei consumatori in ciascuno Stato membro e, quanto prima, anche nei paesi candidati.

La Commissione continuerà a **espandere la rete dei CEC** negli Stati membri e nei paesi candidati. Per aiutare la Commissione ad una migliore individuazione delle esigenze dei consumatori i CEC parteciperanno all'iniziativa della Commissione **«Interactive Policy Making»** (IPM — definizione interattiva delle politiche), che è un nuovo meccanismo di feedback per ottenere informazioni utili dal mercato.

3.2.3.3. Cooperazione giudiziaria in materia civile

Il principale obiettivo della cooperazione in materia civile è stabilire una migliore collaborazione tra gli Stati membri per incoraggiare la libera circolazione dei cittadini. Il Consiglio europeo di Tampere (15 e 16 ottobre 1999) ha delineato un percorso per l'efficace applicazione, tra l'altro, delle disposizioni in materia di cooperazione nel campo del diritto civile introdotte dal trattato di Amsterdam. Le tre priorità in questo campo sono un migliore accesso alla giustizia, il riconoscimento reciproco delle sentenze e maggiore convergenza nel campo del diritto processuale.

⁽⁴⁴⁾ COM(2002) 196 def.

La Commissione continuerà a perseguire gli obiettivi stabiliti per l'efficace **attuazione delle disposizioni in materia di cooperazione sul piano del diritto civile introdotte dal trattato di Amsterdam e sviluppate dalle conclusioni del Consiglio europeo di Tampere**. La Commissione continuerà ad aggiornare, a intervalli regolari, un «quadro di valutazione» per monitorare i progressi compiuti nell'adozione e attuazione dell'insieme di misure necessarie per raggiungere questi obiettivi.

Un regolamento dell'UE concernente la competenza giurisdizionale, il riconoscimento e l'esecuzione delle decisioni in materia civile e commerciale ⁽⁴⁵⁾, entrato in vigore il 1° marzo 2002, stabilisce un nuovo insieme di regole di immediata rilevanza per i consumatori. Stanno anche per essere definite nuove regole in merito al diritto applicabile agli obblighi contrattuali e extracontrattuali ⁽⁴⁶⁾.

La Commissione terrà conto degli interessi dei consumatori allorché si stabiliranno **regole comunitarie in materia di diritto privato internazionale**.

3.2.4. Sostegno alle associazioni dei consumatori

Le associazioni dei consumatori possono recare un importante contributo all'adeguata applicazione delle misure di politica dei consumatori sia attraverso le azioni inibitorie sia attraverso il loro ruolo generale di sorveglianza del mercato. Esse sono in grado di individuare i prodotti e i servizi destinati ai consumatori che possono essere, ad esempio, poco sicuri o di un livello qualitativo inaccettabilmente basso. In tal modo essi integrano il ruolo delle autorità pubbliche in materia di applicazione e rispetto della normativa e di sorveglianza del mercato. Si tratta di un lavoro che richiede molte risorse e spesso anche un elevato livello di competenze.

Molte delle azioni contemplate a sostegno dell'obiettivo 3, come ad esempio il programma di formazione per gli operatori delle associazioni dei consumatori o la piattaforma educativa on line serviranno a rafforzare la capacità delle associazioni dei consumatori e dei singoli consumatori di contribuire alla sorveglianza del mercato. La Commissione avvierà inoltre alcune iniziative specifiche in merito alla sicurezza generale dei prodotti.

La Commissione organizzerà nel 2003 uno specifico **corso di formazione per le associazioni dei consumatori relativo alla sorveglianza del mercato** nel contesto della direttiva modificata sulla sicurezza generale dei prodotti. Esaminerà anche la possibilità di avviare ulteriori iniziative coordinate con gli Stati membri allorché la direttiva entrerà in vigore.

⁽⁴⁵⁾ Regolamento (CE) n. 44/2001 del Consiglio, del 22 dicembre 2000, concernente la competenza giurisdizionale, il riconoscimento e l'esecuzione delle decisioni in materia civile e commerciale (GU L 12 del 16.1.2001, pagg. 1-23).

⁽⁴⁶⁾ Revisione della Convenzione di Roma del 1980 sulla legge applicabile alle obbligazioni contrattuali («ROMA I») e sua integrazione mediante un nuovo strumento che disciplini l'individuazione delle norme applicabili alle obbligazioni extracontrattuali connesse alle operazioni commerciali («ROMA II»).

3.3. Obiettivo a medio termine n. 3: adeguato coinvolgimento delle organizzazioni dei consumatori nelle politiche dell'UE

Affinché le politiche a tutela dei consumatori possano essere efficaci, i consumatori stessi devono avere l'opportunità di contribuire allo sviluppo delle politiche che li interessano. Ciò va al di là dell'ambito ristretto della politica dei consumatori in quanto tale ed è essenziale per l'integrazione delle esigenze di tutela dei consumatori in tutte le altre politiche. Ad esempio, è in crescente aumento la varietà di servizi pubblici e di altri servizi d'interesse generale che vengono erogati da una qualche struttura di mercato e in questi ambiti si dovrebbe tener conto degli interessi dei consumatori. Il coinvolgimento delle organizzazioni dei consumatori costituisce anche un prezioso riscontro oggettivo (reality check) rispetto alle soluzioni proposte. Azioni specifiche dovrebbero essere sviluppate nei seguenti ambiti.

3.3.1. Riesame dei meccanismi per la partecipazione delle organizzazioni dei consumatori al processo decisionale dell'UE

3.3.1.1. Esigenze di consultazione

Per rendere più efficace e trasparente la legislazione a livello dell'UE il Libro bianco sulla governance ⁽⁴⁷⁾ propone che il processo di consultazione nel suo insieme avvenga secondo standard concordati. Il Libro bianco riconosce anche l'impatto che tale processo avrà sulle risorse della società civile e che di ciò dovranno tener conto in futuro tutte le autorità pubbliche interessate.

Le organizzazioni dei consumatori dispongono di una tribuna, il Comitato dei consumatori, tramite la quale possono dare il loro contributo alla politica dei consumatori. Il Comitato dei consumatori è un organo consultivo composto di rappresentanti dei consumatori di tutti gli Stati membri e di organizzazioni europee. Per le organizzazioni dei consumatori la sfida consiste attualmente nell'avere l'opportunità e la capacità di contribuire, in tutte le fasi del processo decisionale dell'UE, alle più generali iniziative dell'UE che hanno una dimensione «consumatori».

Presto la Commissione presenterà una comunicazione che definisce **requisiti** minimi per lo svolgimento dei processi di consultazione a cura della Commissione.

3.3.1.2. Partecipazione a organi consultivi e gruppi di lavoro

La partecipazione dei consumatori a organi consultivi e gruppi di lavoro contribuirà anch'essa ad assicurare l'integrazione degli interessi dei consumatori in tutte le politiche dell'UE. La maggior parte di questi organi consultivi è attiva nel settore dell'agricoltura. Sono stati istituiti anche nuovi organi consultivi in settori come i trasporti, l'energia, le telecomunicazioni o la pesca. Nel corso degli anni la rappresentanza dei consumatori in seno a tali organi è proceduta in modo casuale, senza una strategia generale coordinata.

⁽⁴⁷⁾ COM(2001) 428 def.

La Commissione cerca di realizzare una maggiore trasparenza per quanto concerne le attività dei **diversi organi consultivi**. In tale contesto la Commissione esaminerà se le organizzazioni dei consumatori siano debitamente rappresentate in tutta la gamma di politiche che li riguardano.

3.3.1.3. Standardizzazione

Gli standard volontari stabiliti dagli organismi europei di normalizzazione svolgono un ruolo importante per l'applicazione concreta di numerose misure comunitarie connesse con la protezione dei consumatori. L'uso di standard per raggiungere obiettivi delle politiche di interesse generale acquista legittimità mediante la trasparenza del processo di normalizzazione e il pieno ed efficace coinvolgimento di tutti gli interessati, compresi i consumatori. La partecipazione dei consumatori alla standardizzazione a livello europeo è ancora insufficiente e non basta a bilanciare la posizione dominante dei produttori e di altri interessi economici.

La Commissione esaminerà il modo in cui assicurare una **migliore partecipazione dei consumatori** ai lavori degli organismi di normalizzazione. La standardizzazione a livello europeo comporta attività sia a livello di UE che dei comitati nazionali di normalizzazione. Per tale motivo la Commissione e gli Stati membri dovrebbero cooperare per assicurare un adeguato coordinamento delle attività a livello europeo ed il debito coinvolgimento dei rappresentanti dei consumatori a livello nazionale.

3.3.1.4. Partecipazione dei consumatori ai lavori delle altre istituzioni dell'UE

L'opportuno coinvolgimento delle organizzazioni dei consumatori nelle politiche dell'UE riguarda tutte le istituzioni dell'UE. La consultazione delle organizzazioni dei consumatori a livello europeo e nazionale avviene già nell'ambito del Parlamento e del Consiglio. Il Trattato di Nizza aggiunge in modo specifico i «consumatori» all'elenco di rappresentanti della società civile in seno al Comitato economico e sociale⁽⁴⁸⁾. La partecipazione dei consumatori potrebbe tuttavia essere più sistematica.

La Commissione **sollecita le altre istituzioni dell'UE** a esaminare il modo per migliorare la partecipazione dei consumatori al processo decisionale.

3.3.2. Informazione ed educazione dei consumatori

La sussidiarietà implica che la responsabilità dell'informazione ed educazione dei consumatori competa essenzialmente alle autorità nazionali, regionali e locali.

3.3.2.1. Informazione

Le crescenti aspettative dei cittadini di avere pieno e facile accesso alle informazioni sugli affari europei richiede una politica dell'informazione moderna, efficiente ed affidabile che tenga conto dei più recenti sviluppi nel campo della ricerca e delle conoscenze. Si tratta di una costante sfida per la Commissione e per le altre istituzioni dell'UE impegnate ad attuare una politica di apertura e responsabilità. Ciò vale in particolare in rapporto ai consumatori, poiché le attività e politiche dell'UE a tutela dei consumatori hanno un impatto diretto sulla loro vita. Negli ultimi anni la Commissione ha sviluppato diversi strumenti d'informazione rivolti al pubblico in generale, ai consumatori o a gruppi specifici, tra cui il suo sito web, il bollettino d'informazioni «Consumer Voice» e campagne d'informazione. La rete dei Centri europei dei consumatori (Eurosportelli) svolge un ruolo importante informando direttamente i consumatori sulle iniziative dell'UE.

La Commissione proseguirà i suoi sforzi per migliorare la sua **politica d'informazione** nei confronti dei consumatori. Tra le azioni future vi saranno campagne d'informazione rivolte ai giovani sulla prevenzione del tabagismo.

3.3.2.2. Educazione

Negli ultimi anni, in particolare nel contesto del mercato unico, è diventato sempre più evidente che si deve riservare un'attenzione maggiore all'educazione dei consumatori affinché essi possano effettuare i loro acquisti con fiducia conoscendo appieno i loro diritti. L'azione a livello dell'UE dovrebbe affrontare problemi specifici legati alle operazioni transfrontaliere, alla dimensione europea dei diritti dei consumatori e allo scambio di esperienze e di buone pratiche tra gli Stati membri. L'allargamento accentua la necessità di questo tipo di azioni.

La Commissione svilupperà **strumenti educativi interattivi on line** utilizzabili dalle associazioni dei consumatori per un'ulteriore formazione del loro personale su aspetti specifici delle operazioni transfrontaliere, ad esempio i servizi finanziari, e dei diritti dei consumatori dell'UE nel mercato interno. A tal fine la Commissione utilizzerà appieno le buone pratiche sviluppate dagli Stati membri e dalle organizzazioni dei consumatori.

3.3.3. Sostegno e potenziamento delle capacità delle organizzazioni dei consumatori

3.3.3.1. Programma di formazione per il personale delle organizzazioni dei consumatori

All'interno dell'UE il movimento dei consumatori presenta differenze sostanziali sia in termini di forza che in termini di strutture e capacità. La Commissione concentrerà i suoi sforzi sul potenziamento delle capacità (gestione, attività di lobbying, diritto dei consumatori) e incoraggerà gli Stati membri a fare altrettanto.

⁽⁴⁸⁾ Articolo 257 del trattato che istituisce la Comunità europea.

È stato avviato un ambizioso programma di formazione per gli operatori che si occupano degli interessi dei consumatori — programma destinato ad un ulteriore sviluppo nei prossimi anni. Ciò dovrebbe aiutare gli operatori delle organizzazioni dei consumatori a contribuire efficacemente all'elaborazione delle politiche dell'UE nei principali settori di interesse per i consumatori. Tale sforzo si collegherà alle misure già esistenti volte a fornire un sostegno alle organizzazioni dei consumatori.

3.3.3.2. Riesame degli strumenti giuridici che istituiscono un quadro generale per le attività comunitarie a favore dei consumatori

A livello dell'UE la decisione del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce un quadro generale per le attività comunitarie a favore dei consumatori ⁽⁴⁹⁾ costituisce la base giuridica e finanziaria per iniziative di sostegno e rafforzamento delle organizzazioni dei consumatori. Questa decisione giungerà a scadenza alla fine del 2003. Il nuovo quadro generale rispecchierà e supporterà gli obiettivi delineati nella presente strategia.

La Commissione intende adottare nel 2002 una **proposta che stabilisca un nuovo quadro generale per le attività comunitarie a favore dei consumatori.** Tale proposta prevederà anche la possibilità di partecipazione dei paesi candidati a queste attività, conformemente alle norme generali in materia di partecipazione dei paesi candidati ai programmi CE.

4. CONCLUSIONI

La politica dei consumatori dell'UE è ad uno snodo critico. Negli anni a venire i consumatori dovrebbero cogliere benefici tangibili dalla realizzazione del mercato unico e dell'euro. Essi dovrebbero vedere i risultati concreti dell'integrazione degli interessi dei consumatori in tutte le politiche dell'UE e in un'Unione europea allargata di 470 milioni di cittadini tutti i consumatori dovrebbero beneficiare dello stesso elevato livello di protezione.

La strategia della Commissione per la politica dei consumatori a livello europeo fornirà un orientamento coerente per il prossimo quinquennio. Gli obiettivi si rafforzano reciprocamente e saranno attuati tramite un programma modulato a breve termine che verrà sottoposto a regolare revisione. Ciascuna revisione valuterà le azioni realizzate sulla base di nuovi dati e di indicatori dei progressi compiuti, al fine di adeguare eventualmente le azioni in corso e di identificarne di nuove.

La Commissione invita il Parlamento europeo, il Consiglio, il Comitato economico e sociale, il Comitato delle regioni e tutte le parti interessate a sostenere l'approccio generale e i tre obiettivi specifici. La Commissione li invita inoltre a promuovere l'adozione delle misure proposte e a coadiuvarne l'attuazione.

⁽⁴⁹⁾ Decisione n. 283/1999/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 gennaio 1999, che stabilisce un quadro generale per le attività comunitarie a favore dei consumatori (GU L 34 del 9.2.1999, pag. 1).

ALLEGATO

PROGRAMMA MODULATO PER LA POLITICA DEI CONSUMATORI (2002-2006)**ELENCO INDICATIVO DELLE AZIONI****OBIETTIVO 1: UN ELEVATO LIVELLO COMUNE DI PROTEZIONE DEI CONSUMATORI**

Azione	Descrizione	Calendario
Sicurezza dei beni e servizi destinati ai consumatori		
Comunicazione della Commissione sulla sicurezza dei servizi	Identificare i bisogni, le possibilità e le priorità per un'azione comunitaria sulla sicurezza dei servizi e preparare una relazione sulla questione	4° trimestre 2002
Proposte della Commissione sulla sicurezza dei servizi	Finalizzare le proposte appropriate di un'azione comunitaria sulla sicurezza dei servizi	4° trimestre 2003
Orientamenti per assicurare il coordinamento tra la nuova direttiva relativa alla sicurezza generale dei prodotti (DSGP) e la normativa comunitaria verticale sulla sicurezza dei prodotti	Finalizzare un documento di orientamento sul rapporto tra la direttiva relativa alla sicurezza generale dei prodotti e la normativa comunitaria verticale sulla sicurezza dei prodotti	2° trimestre 2003
Orientamenti sulla notifica, ad opera dei produttori e dei distributori, di prodotti pericolosi	Preparare una guida sul contenuto, i criteri e le forme dell'informazione sui prodotti pericolosi che i produttori e distributori sono tenuti a fornire alle autorità competenti conformemente alla DSGP	2° trimestre 2003
Decisione di avviare la valutazione di determinati standard di sicurezza dei prodotti	Identificare le priorità per la pubblicazione di standard di sicurezza nell'ambito della nuova direttiva relativa alla sicurezza generale dei prodotti	4° trimestre 2002
Decisione di pubblicare il riferimento di determinati standard di sicurezza dei prodotti e conferire nuovi mandati di normalizzazione	Pubblicare i riferimenti di determinati standard esistenti in materia di sicurezza e conferire alcuni mandati di normalizzazione nell'ambito della nuova DSGP	4° trimestre 2003
Workshop sulle sostanze chimiche nei prodotti/articoli	Identificare i problemi di sicurezza e le questioni da sottoporre eventualmente ai comitati scientifici in relazione al rilascio di sostanze chimiche da prodotti e articoli	2° trimestre 2002
Revisione della direttiva sui giocattoli	Finalizzare una proposta di revisione della direttiva giocattoli	2003
Revisione della direttiva sul basso voltaggio	Finalizzare una proposta per la revisione della direttiva sul basso voltaggio che disciplina la sicurezza dei prodotti elettrici	2003
Revisione della direttiva sui cosmetici	Finalizzare una proposta per la revisione della direttiva che disciplina la sicurezza dei cosmetici	2003
Proposta modificata di direttiva sugli ftalati nei giocattoli	Assicurare una soluzione definitiva per prevenire i rischi per la salute dei bambini derivanti dagli ftalati presenti nei giocattoli	2002
Proposta modificata di raccomandazione del Consiglio sulla sicurezza antincendio negli alberghi	Finalizzare una proposta per aggiornare e rafforzare la raccomandazione del Consiglio sulla sicurezza antincendio negli alberghi	3° trimestre 2003
Legislazione relativa agli interessi economici dei consumatori		
Pratiche commerciali		
Proposte facenti seguito al Libro verde della Commissione sulla protezione dei consumatori dell'UE	Comunicazione di follow-up sul Libro verde e azioni associate Ulteriore ricerca sugli atteggiamenti dei consumatori e delle imprese nei confronti del mercato interno	2° trimestre 2002

Azione	Descrizione	Calendario
Riesame dell'acquis esistente		
Modifica della direttiva sul diritto di godimento a tempo parziale di beni immobili	Presentare una proposta di modifica della direttiva sul diritto di godimento a tempo parziale di beni immobili per aggiornarla e tutelare i consumatori in relazione ai nuovi sviluppi manifestatisi su tale mercato successivamente all'adozione della direttiva	2003
Modifica della direttiva sui viaggi «tutto compreso»	Presentare una proposta di modifica della direttiva sui viaggi «tutto compreso» per aggiornarla e rafforzare la protezione dei consumatori in questo ambito	2003-2004
Relazione sulla direttiva sulle indicazioni dei prezzi	Relazione sull'applicazione della direttiva sull'indicazione dei prezzi (98/6/CE) corredata di una proposta come richiesto dalla direttiva	1° trimestre 2003
Relazione sulla direttiva relativa ai provvedimenti inibitori	Relazione sulla direttiva relativa ai provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori (98/27/CE) e proposta di eventuali revisioni ritenute necessarie	3° trimestre 2003
Relazione sulla direttiva relativa ai contratti a distanza	Relazione sulla direttiva riguardante la protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza (97/7/CE) e proposta di eventuali revisioni ritenute necessarie	2° trimestre 2001
Relazione sulla direttiva su taluni aspetti della vendita e delle garanzie dei beni di consumo	— Relazione sulla direttiva relativa a taluni aspetti della vendita e delle garanzie dei beni di consumo (99/44/CE), in particolare sulla disposizione in base alla quale gli Stati membri possono anche prevedere un termine di prescrizione entro il quale i consumatori possono denunciare un difetto di conformità	1° trimestre 2003 (obbligo di notifica)
	— Relazione sull'applicazione di questa direttiva esaminando in particolare l'eventualità di introdurre la responsabilità civile diretta del produttore e, se del caso, presentazione di una proposta	3° trimestre 2006
Normativa che disciplina i contratti stipulati con i consumatori		
Follow-up alla comunicazione sul diritto contrattuale europeo	- Identificare gli ambiti in cui la diversità della legislazione nazionale nel campo del diritto contrattuale può pregiudicare il buon funzionamento del mercato interno e l'applicazione uniforme della normativa comunitaria - Descrivere con maggiore dettaglio le opzioni selezionate nel settore del diritto contrattuale al termine del processo di consultazione. In tale contesto, proseguirà il perfezionamento della legislazione CE vigente - Sviluppare un piano d'azione per definire un calendario di attuazione delle conclusioni politiche della Commissione - Proporre il coordinamento delle attività di ricerca che potrebbero portare all'elaborazione di un quadro generale di riferimento con la definizione di una terminologia e di principi comuni	4° trimestre 2002
Riesame della normativa vigente in materia di diritto dei contratti dei consumatori	Riesame del diritto contrattuale vigente per identificare incoerenze e lacune al fine di semplificare e completare l'acquis in materia di diritto dei contratti dei consumatori	2004-2006
Servizi finanziari		
Attuazione delle misure delineate nel piano d'azione sui servizi finanziari e nella tabella di marcia	Molte delle singole proposte legislative contengono o conterranno disposizioni a tutela dei consumatori. Ciò richiederà un'ampia consultazione di tutte le parti interessate, compresi i consumatori	2002-2006
Piano d'azione sui pagamenti al dettaglio e per la prevenzione delle frodi in relazione ai mezzi di pagamento diversi dai contanti	In particolare esame degli aspetti della sicurezza dei pagamenti al dettaglio e dello sviluppo di nuovi mezzi di pagamento. La sicurezza giuridica e tecnica è trattata nel piano d'azione per la lotta contro le frodi relativo ai mezzi di pagamento diversi dai contanti e nelle modifiche di alcuni strumenti legislativi in vigore. L'intenzione è di creare un'unica linea telefonica nell'UE per il blocco delle carte di credito (in caso di perdita o furto). Si propone anche di includervi diversi progetti di sensibilizzazione e di educazione dei consumatori	2002-2006

Azione	Descrizione	Calendario
Sostituire la direttiva sul credito al consumo (87/102) e le sue due modifiche con una nuova direttiva aggiornata in modo sostanziale	Modificare la direttiva vigente per estenderne la portata a tutte le forme di credito al consumo e a tutti gli erogatori di credito al consumo; realizzare un migliore equilibrio dei diritti e degli obblighi tra il consumatore e l'erogatore del credito e accrescere il grado di armonizzazione	2° trimestre 2002
Proposta di un quadro legislativo completo per i pagamenti nel mercato interno (comprese disposizioni sui rimborsi)	Trasformare la raccomandazione 97/489 sui mezzi elettronici di pagamento in uno strumento giuridico vincolante; aggiornare la direttiva 97/5 sui pagamenti transfrontalieri per integrarvi aspetti giuridici supplementari relativi ai pagamenti al dettaglio nel mercato interno	2° trimestre 2002
Creazione di una tribuna per gli utenti dei servizi finanziari (Finuse)	Ottenere un input dai consumatori e da altri utenti di servizi finanziari sulle iniziative dell'UE	4° trimestre 2002

Commercio elettronico

Raccomandazione della Commissione sulla fiducia dei consumatori nel commercio elettronico	Contribuire all'introduzione di orientamenti dell'UE per una buona pratica commerciale on line e contribuire a sviluppare la fiducia dei consumatori nel commercio elettronico transfrontaliero mediante una raccomandazione che fissi i principi di buona pratica commerciale on line e di una loro efficace attuazione	2° trimestre 2002
Misure volte a migliorare la sicurezza del commercio elettronico	Adottare una serie di misure tra cui azioni di sensibilizzazione, sostegno tecnologico, regolamentazione e coordinamento internazionale	2002

Servizi d'interesse generale (SIG)

Coinvolgere i rappresentanti dei consumatori nella politica, nella valutazione e nel monitoraggio dei servizi d'interesse generale	— Sviluppare meccanismi a livello di UE per coinvolgere i rappresentanti dei consumatori nello sviluppo di politiche per i servizi d'interesse generale e assicurare la loro partecipazione nel monitoraggio e nella valutazione dei risultati che maturano per i consumatori — Promuovere, in cooperazione con gli Stati membri e le associazioni dei consumatori, la creazione di organismi rappresentativi degli interessi dei consumatori nell'ambito dei singoli SIG	2002-2006
Migliorare la presentazione di relazioni settoriali e rafforzare l'attenzione per i consumatori	Lavorare in cooperazione con le DG settoriali e coi gruppi di consumatori per evidenziare gli interessi dei consumatori nella presentazione di relazioni settoriali	2002-2006
Comunicazione su una metodologia per effettuare valutazioni orizzontali e relazione annuale della Commissione sulle valutazioni orizzontali	Produrre una metodologia coerente per valutare i risultati realizzati in settori dei SIG, compresa la valutazione della qualità dei servizi e della soddisfazione dei consumatori e riferire annualmente in proposito	2002-2006
Sviluppo di un sistema di analisi comparativa in determinati settori dei servizi d'interesse generale	Lavorare con gli Stati membri e altre autorità pubbliche su un sistema di analisi comparativa in ambiti dei servizi d'interesse generale non coperti dalle relazioni settoriali o dal meccanismo di regolare valutazione orizzontale	2002-2006
Monitoraggio del grado di soddisfazione dei consumatori nel campo dei servizi d'interesse generale	— Continuare a condurre regolarmente indagini Eurobarometro e indagini qualitative attraverso interviste a gruppi omogenei (focus group) per monitorare i livelli di soddisfazione dei consumatori in relazione ai servizi d'interesse generale — Sviluppare indicatori più rigorosi per misurare il grado di soddisfazione dei consumatori in relazione ai servizi d'interesse generale	2002-2006

SIG — Trasporti

Proposta della Commissione in merito a un regolamento sui requisiti per i contratti di trasporto aereo	Chiarire i contratti relativi al trasporto aereo di passeggeri e migliorare i diritti dei consumatori	2003
--	---	------

Azione	Descrizione	Calendario
Produrre relazioni destinate ai consumatori sulla qualità dei servizi aerei	Concentrarsi su indicatori della qualità del servizio, in particolare per gli aspetti della puntualità dei voli, della cancellazione di voli, dell'imbarco negato a causa di overbooking, della perdita e danneggiamento dei bagagli e dei reclami dei passeggeri	2002-2006
Proposte della Commissione volte ad estendere ad altri modi di trasporto le misure comunitarie che tutelano i diritti dei passeggeri del trasporto aereo	Estendere, nei limiti del possibile, le misure comunitarie che tutelano i diritti dei passeggeri per includere altri modi di trasporto diversi dal trasporto aereo e in particolare le ferrovie, la navigazione marittima e, per quanto possibile, i trasporti urbani. Ciò riguarda in particolare la qualità del servizio e lo sviluppo di indicatori di qualità, le condizioni contrattuali, la trasparenza dell'informazione e meccanismi extragiudiziali di risoluzione delle controversie	2002-2004
Proposta della Commissione in merito a un regolamento sui diritti dei passeggeri del trasporto ferroviario internazionale	Introdurre disposizioni sui contratti equi; consultazione dei consumatori; meccanismi di trattazione dei reclami e di risoluzione delle controversie; indennizzi per i ritardi	Fine 2002, inizio 2003
Promozione delle organizzazioni degli utenti dei trasporti ferroviari	Promuovere la costituzione di una piattaforma europea di organizzazioni dei passeggeri ferroviari ai fini di processi negoziali e di consultazione	2002-2004
Promozione di azioni volontarie ad opera delle imprese ferroviarie per migliorare la qualità del servizio e l'informazione	Incoraggiare gli operatori ferroviari a sviluppare una carta volontaria sulla qualità dei servizi che copra tematiche quali la puntualità, la messa a disposizione di informazioni in forma elettronica, l'accessibilità dei servizi per gruppi di utenti con bisogni speciali, come ad esempio persone con mobilità ridotta o persone che viaggiano con la bicicletta al seguito, nonché protezione dei non fumatori	2002-2003

SIG — Energia

Monitorare l'attuazione delle norme del mercato interno dell'elettricità e del gas	Continuare a monitorare l'attuazione delle norme del mercato interno dell'elettricità e del gas, in particolare per quanto concerne i loro effetti sui consumatori	In corso
--	--	----------

SIG — Telecomunicazioni

Monitorare l'attuazione delle norme del mercato delle telecomunicazioni	Continuare a monitorare l'attuazione delle norme del mercato delle telecomunicazioni, in particolare per quanto concerne il loro effetto sui consumatori	In corso
---	--	----------

Concorrenza

Studi sull'efficienza e sul funzionamento dei mercati	Identificare i mercati «meno efficienti» per apportare azioni correttive nell'interesse dei consumatori	2002-2003
Azioni volte a informare i consumatori sulla politica di concorrenza e sull'impatto che essa ha su di loro	Far sì che i consumatori siano in grado di individuare le attività contrarie alla concorrenza ed aiutarli pertanto a sottoporre questi casi all'attenzione della Commissione	2002-2003
Organizzazione della «Giornata europea della concorrenza» a cadenza semestrale	Organizzare, unitamente alla presidenza, la «Giornata europea della concorrenza» a cadenza semestrale consacrata a tematiche che illustrino i vantaggi che derivano ai consumatori dalla concorrenza	2002-2006

Ambiente

Comunicazione sull'ambiente e sulla salute	La comunicazione stabilirà una strategia imperniata su un approccio olistico che integrerà gli aspetti della sanità in diverse politiche ambientali, al fine di limitare l'impatto dei rischi ambientali sulla salute umana, con una particolare attenzione per i bambini	2002
Libro bianco sulla politica integrata dei prodotti	Esso tenterà di elaborare una strategia per attuare la politica integrata dei prodotti a livello europeo. Partendo dai problemi ambientali causati dai prodotti durante il loro intero ciclo di vita, esso tenterà di ridurre l'impatto ambientale. Saranno coinvolti tutti i protagonisti che hanno una voce in capitolo, ovvero progettisti, produttori, distributori, venditori al dettaglio, consumatori ed esperti nello smaltimento dei rifiuti	2002

Azione	Descrizione	Calendario
Sviluppo e marketing del marchio di qualità ecologica dell'UE (eco-label)	L'eco-label dell'UE fornisce ai consumatori la garanzia che indipendentemente dal luogo dell'UE in cui effettuano i loro acquisti il prodotto che reca l'eco-label dell'UE soddisfa i più alti standard ambientali europei. Si svilupperanno criteri per ulteriori gruppi di prodotti. Si intensificheranno le attività di marketing per accrescere la visibilità dell'eco-label	2002
Proposta della Commissione sulle sostanze chimiche	Verrà elaborata una nuova legislazione sulle sostanze chimiche considerato che la grande maggioranza dei prodotti chimici si trova sul mercato da molti anni senza che si disponga di sufficienti conoscenze sui loro rischi. Ciò servirà a predisporre adeguate misure di riduzione del rischio e accrescerà il livello di protezione per la salute dell'uomo e l'ambiente. Tutti gli interessati, compresi i consumatori, avranno un migliore accesso alle informazioni sui prodotti chimici per poter operare scelte più consapevoli sui prodotti chimici che usano e cui sono esposti	4° trimestre 2002
Iniziative della Commissione sul consumo sostenibile	Proporre iniziative adeguate di intervento comunitario per la promozione di una produzione e di modelli di consumo sostenibili, come seguito al sesto programma d'azione comunitaria per l'ambiente	4° trimestre 2004
Proposta della Commissione relativa a una direttiva per un'ulteriore riduzione dell'emissione di composti organici volatili (COV) durante l'uso dei prodotti	<i>Eventuale</i> proposta di direttiva per un'ulteriore riduzione delle emissioni di COV durante l'uso dei prodotti. Rientrerebbero nel suo campo di applicazione beni di consumo come le vernici	3° trimestre 2002
Raccomandazioni della Commissione sull'informazione dei consumatori quanto al risparmio di carburante e alle emissioni di CO ₂ delle autovetture nuove	In virtù della direttiva 1999/94/CE ⁽¹⁾ la Commissione è tenuta ad adottare misure per consentire l'applicazione ad altri mezzi e materiali di comunicazione non cartacei delle disposizioni relative al materiale promozionale a stampa. Il riferimento è ad esempio al marketing via Internet e alla pubblicità radiotelevisiva	2003

Commercio internazionale

Promozione degli interessi dei consumatori all'interno delle posizioni della CE durante la prossima tornata di negoziati in seno all'OMC, nei negoziati bilaterali e nel processo di standardizzazione	Promuovere e tutelare gli interessi dei consumatori in seno all'OMC in generale e nella tornata in corso di negoziati dell'OMC avviata a Doha in particolare, come anche nel contesto delle relazioni commerciali bilaterali. Mantenere a tal fine un dialogo con le organizzazioni dei consumatori. Promuovere la partecipazione dei consumatori alla standardizzazione internazionale	In corso
Esaminare le forme di marchio privato attualmente esistenti	Esaminare le forme di marchio privato oggi esistenti, come il marchio dell'agricoltura biologica, le misure in tema di commercio equo e solidale e di responsabilità sociale delle aziende, al fine di valutarne l'efficacia e verificare la necessità di adottare ulteriori misure per conseguire gli obiettivi di trasparenza ed informazione dei consumatori, in un'ottica di sviluppo sostenibile	2002-2003

⁽¹⁾ Direttiva 1999/94/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 1999, relativa alla disponibilità di informazioni sul risparmio di carburante e sulle emissioni di CO₂ da fornire ai consumatori per quanto riguarda la commercializzazione di autovetture nuove (GU L 12 del 18.1.2000, pag. 16).

OBIETTIVO 2: APPLICAZIONE EFFICACE DELLE NORME A TUTELA DEI CONSUMATORI

Azione	Descrizione	Calendario
Cooperazione tra gli Stati membri in materia di applicazione della normativa		
Proposta della Commissione per fornire una base giuridica alla cooperazione amministrativa tra gli Stati membri	Questa proposta prevederebbe tra l'altro l'istituzione di un comitato di rappresentanti delle amministrazioni nazionali	4° trimestre 2002

Azione	Descrizione	Calendario
Istituire un sito web e una base dati per il sottogruppo europeo della Rete internazionale di vigilanza delle pratiche commerciali (IMSN-Europe)	Sito web per lo scambio di informazioni e base dati per archiviare le informazioni in materia di applicazione della normativa	Fase pilota: 4° trimestre 2002, primo riesame: 4° trimestre 2003
Aggiornare la base dati CLAB («clausole vessatorie nei contratti»)	Aggiornare la base dati europea sulla giurisprudenza relativa alle clausole contrattuali vessatorie istituita per monitorare l'applicazione pratica della direttiva 93/13/CEE	Gara d'appalto per gli anni dal 2000 al 2005

Sicurezza dei prodotti e dei servizi — aspetti dell'applicazione della normativa

Quadro europeo per la raccolta e la valutazione di dati sulle lesioni personali legate a prodotti	Completare le iniziative appropriate per assicurare la raccolta e la valutazione sistematica dei dati sulle lesioni personali legate a prodotti	3° trimestre 2003
Orientamenti per assicurare l'efficace funzionamento del sistema di allarme rapido (RAPEX) previsto dalla direttiva relativa alla sicurezza generale dei prodotti (DSGP)	Completare e attuare gli orientamenti sul funzionamento di un sistema RAPEX rafforzato	4° trimestre 2002
Istituzione, in virtù della DSGP, della rete per la sicurezza dei prodotti destinati ai consumatori	Avviare attività di cooperazione amministrativa tra le autorità preposte alla sorveglianza del mercato e le autorità di controllo per agevolare l'applicazione efficace e coerente della nuova DSGP	1° trimestre 2003
Rafforzare l'applicazione della normativa sulla sicurezza dei prodotti nei paesi candidati	Attuazione della direttiva modificata sulla sicurezza generale dei prodotti, in particolare mediante la partecipazione dei paesi candidati al «sistema di allarme rapido» rafforzato (RAPEX)	2° trimestre 2003

Rimedi legali

Risoluzione alternativa delle controversie (ADR)

Sostegno e sviluppo di EEJ-Net	Nella prima fase completamento della fase pilota della durata di un anno e presentazione di una relazione sulla sua efficacia. Nella seconda fase, continuare a migliorare la cooperazione e i servizi che EEJ-Net fornisce agli utenti	2002
Sostegno e sviluppo di FIN-NET	FIN-NET, la rete su scala europea per i reclami in materia di servizi finanziari, è stata istituita nel 2001 per agevolare l'accesso dei consumatori alla risoluzione extragiudiziale delle controversie transfrontaliere che possono insorgere quando il consumatore e il fornitore del servizio finanziario appartengono a Stati membri diversi	In corso
Promozione dei principi di cui alle raccomandazioni della Commissione del 1998 e del 2001 sull'ADR	Verrà aggiornata l'attuale base dati riguardante gli organismi extragiudiziali di risoluzione delle controversie creata in virtù della raccomandazione del 1998 ⁽¹⁾ . Inoltre gli Stati membri sono stati invitati a notificare alla Commissione informazioni particolareggiate sui loro sistemi nazionali di ADR che applicano i principi della raccomandazione del 2001 al fine di creare una seconda base dati e monitorare l'efficacia dell'applicazione di entrambe le raccomandazioni sulla ADR da parte degli Stati membri. Entrambe le basi dati saranno accessibili al pubblico sul sito web Europa	In corso
Comunicazione sulla promozione di servizi per la risoluzione on line delle controversie (ODR — online dispute resolution) nella società dell'informazione globale	Nel quadro dell'iniziativa «Europe la Commissione adotterà una comunicazione sulla promozione della fiducia nei servizi per la risoluzione on line delle controversie transfrontaliere nella società dell'informazione. Suo obiettivo sarà incoraggiare il raggiungimento di un consenso con gli interessati a livello globale sui criteri e sugli orientamenti per sistemi di certificazione dei servizi ODR	2002-2003
Istituzione di un sistema su scala europea di ADR on line denominato «Ecodir»	Ecodir fornirà ai consumatori un servizio on line di mediazione su scala paneuropea	4° trimestre 2002

Azione	Descrizione	Calendario
Centri europei dei consumatori (Eurosportelli) CEC		
Sviluppo della rete	— Disporre di un centro in ciascuno Stato membro ed estendere la rete ai paesi candidati. I paesi del SEE possono partecipare qualora lo desiderino	2° trimestre 2004
	— Sviluppare un sistema di documentazione	4° trimestre 2002
Definizione interattiva delle politiche (IPM) — «la vostra voce in Europa»	La definizione interattiva delle politiche comporta lo sviluppo di due meccanismi basati su Internet per consentire alla Commissione di valutare l'impatto delle politiche dell'UE sul terreno. Si tratta di meccanismi di feedback che aiutano a raccogliere le reazioni spontanee sul mercato nonché di un meccanismo di consultazione volto a ricevere i pareri delle parti interessate sulle nuove proposte legislative o su altre iniziative politiche. I centri europei dei consumatori diverranno partner attivi dell'iniziativa di policy-making interattivo registrando i problemi che i consumatori incontrano sul mercato interno	2002-2006
Risoluzione efficace dei problemi nel mercato interno — Solvit		
Risoluzione efficace dei problemi nel mercato interno — Solvit	Solvit, che dovrebbe essere pienamente operativa nel giugno 2002, è una rete di centri di coordinamento e di punti di contatto negli Stati membri cui partecipano funzionari coinvolti nell'amministrazione pratica e quotidiana del mercato interno. Essa contribuirà alla risoluzione dei problemi transfrontalieri derivanti da una cattiva applicazione delle norme sul mercato interno, a tutto vantaggio dei cittadini e delle imprese. Un elemento chiave è costituito da una base di dati e dall'uso delle comunicazioni elettroniche per collegare le amministrazioni negli Stati membri	2002-2006
Cooperazione giudiziaria in materia civile		
Proposta della Commissione per una direttiva del Consiglio intesa a migliorare l'accesso alla giustizia nelle controversie transfrontaliere attraverso la definizione di norme minime comuni relative all'assistenza giudiziaria ed altri aspetti finanziari dei procedimenti civili	La proposta intende: — migliorare l'accesso alla giustizia nelle controversie transfrontaliere, attraverso la definizione di norme minime comuni relative all'assistenza giudiziaria, — garantire un livello adeguato di assistenza giudiziaria alle persone che, per la loro situazione finanziaria, non possono sostenere i costi dei procedimenti giudiziari, — promuovere la compatibilità delle normative nazionali sulla materia e stabilire meccanismi di cooperazione tra le autorità degli Stati membri	Proposta adottata il 18 gennaio 2002 ⁽²⁾
Libro verde relativo a misure per creare una procedura europea uniforme per gli ordini di pagamento e a misure volte a semplificare e ad accelerare il corso delle azioni legali transfrontaliere per controversie di modesta entità	Esaminare i sistemi vigenti negli Stati membri in vista di una consultazione su possibili misure a livello dell'UE	4° trimestre 2002
Libro verde sulla risoluzione alternativa delle controversie	Fare il bilancio della situazione attuale ed effettuare un'ampia consultazione al fine di definire le future priorità in questo ambito	Libro verde adottato il 19 aprile 2002 ⁽³⁾
Sostegno alle associazioni dei consumatori		
Organizzazione di un corso di formazione per le associazioni dei consumatori	Organizzare un corso specifico di formazione per le associazioni dei consumatori concernente la sorveglianza del mercato nel contesto della DSGP modificata. Esso esaminerà anche la possibilità di avviare ulteriori iniziative coordinate con gli Stati membri allorché la direttiva entrerà in vigore	2003

⁽¹⁾ La Commissione ha adottato due raccomandazioni, una relativa ai principi applicabili agli organi responsabili per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo (98/257/CE, GU L 115 del 17.4.1998, pag. 31) e una sui principi applicabili agli organi extragiudiziali che partecipano alla risoluzione consensuale delle controversie in materia di consumo 2001/310/CE, GU L 109 del 19.4.2001, pag. 56).

⁽²⁾ COM(2002) 13 def.

⁽³⁾ COM(2002) 196 def.

OBIETTIVO 3: ADEGUATO COINVOLGIMENTO DELLE ORGANIZZAZIONI DEI CONSUMATORI NELLE POLITICHE DELL'UE

Azione	Descrizione	Calendario
Riesame dei meccanismi per la partecipazione delle organizzazioni dei consumatori al processo decisionale dell'UE		
Standard in materia di consultazione		
Proposta della Commissione relativa a standard minimi per lo svolgimento del processo di consultazione	Nel quadro del Libro bianco sulla governance e del piano d'azione per una migliore regolamentazione, la Commissione intende stabilire standard minimi per lo svolgimento del processo di consultazione	2° trimestre 2002
Partecipazione ai comitati e gruppi di lavoro della CE		
Valutazione della partecipazione dei consumatori ai comitati consultivi dell'UE	Il gruppo interservizi sulla politica dei consumatori valuterà e coordinerà la partecipazione dei consumatori ai comitati consultivi dell'UE per determinare se e dove si avverta una carenza di input da parte dei consumatori e valutare le modalità per migliorare e sviluppare ulteriormente il contributo dei consumatori	2° trimestre 2002
Lavoro di standardizzazione		
Avvio di un progetto di cooperazione per promuovere la partecipazione dei consumatori alla standardizzazione	Avviare un'azione coordinata a livello comunitario e nazionale per assicurare l'effettiva partecipazione dei rappresentanti dei consumatori al lavoro di standardizzazione e al processo decisionale degli organi europei di normalizzazione	2003
Rafforzare la cooperazione tra le Direzioni generali della Commissione		
Organizzazione di riunioni regolari del gruppo interservizi sulla politica dei consumatori	Rafforzare la cooperazione tra le Direzioni generali della Commissione in materia di politica dei consumatori, in modo da migliorare l'integrazione degli interessi dei consumatori in altre politiche dell'UE	2002-2006
Informazione ed educazione dei consumatori		
Informazione		
Sviluppo di strumenti di politica dell'informazione per i consumatori	La Commissione continuerà i suoi sforzi per migliorare la politica d'informazione verso i consumatori. Essa impiegherà le sue future campagne d'informazione sulla prevenzione del tabagismo tra i giovani	2002-2006
Educazione		
Sviluppo di strumenti educativi interattivi on line	La Commissione svilupperà strumenti educativi interattivi on line utilizzabili dalle associazioni dei consumatori per formare il loro personale su aspetti specifici delle operazioni transfrontaliere e dei diritti dei consumatori dell'UE nel mercato interno. La Commissione svilupperà anche strumenti settoriali relativi ai beni/servizi di più frequente commercializzazione, come ad esempio i servizi transfrontalieri e in particolare i servizi finanziari. La Commissione esaminerà con gli Stati membri come valorizzare i lavori analoghi condotti dagli Stati membri o dalle organizzazioni dei consumatori, in modo da sviluppare strumenti per lo scambio delle migliori pratiche	2002
Sostegno e potenziamento delle capacità delle organizzazioni dei consumatori		
Formazione		
Programma di formazione per il personale delle organizzazioni dei consumatori	- Nella prima fase (2002) il contraente creerà materiale di formazione, selezionerà i formatori e li formerà in tre diversi ambiti: management, relazioni pubbliche e lobbying, diritto dei consumatori della CE - Nella seconda fase (dall'inizio del 2003 alla fine del 2004) i formatori che avranno completato la prima fase formeranno il personale delle organizzazioni dei consumatori in questi tre ambiti	2002-2004 Dall'inizio del 2003 alla fine del 2004

Azione	Descrizione	Calendario
Riesame degli strumenti giuridici che istituiscono un quadro generale per le attività comunitarie a favore dei consumatori		
Proposta della Commissione che stabilisce un nuovo quadro generale per le attività comunitarie a favore dei consumatori	Proposta di un quadro generale che rispecchi e supporti gli obiettivi e le azioni delineati nella presente strategia; sulla base di tale quadro generale potranno essere adottati progetti specifici che potranno ricevere un sostegno comunitario. La proposta conterrà disposizioni per consentire la partecipazione dei paesi candidati	3° trimestre 2002

AZIONI PER MIGLIORARE LA QUALITÀ DELLE POLITICHE DEI CONSUMATORI

Azione	Descrizione	Calendario
Valutazione d'impatto		
Comunicazione della Commissione che stabilisce un metodo coerente per l'analisi d'impatto	È essenziale assicurare che le pertinenti iniziative legislative e politiche tengano conto dell'impatto sugli interessi economici dei consumatori (in termini di prezzi, scelta, qualità, economicità, accessibilità e trasparenza del mercato e commercio leale) onde adempiere agli obblighi di cui all'articolo 153, paragrafo 2, del trattato. È quindi fondamentale sviluppare un metodo coerente per la valutazione d'impatto, come previsto dal Libro bianco sulla governance ⁽¹⁾ e dalla comunicazione della Commissione su una migliore regolamentazione ⁽²⁾	2° trimestre 2002

Sviluppo di una politica basata sulle conoscenze

Organizzazione, con l'Autorità danese per i consumatori, di una conferenza sulle statistiche in materia di politica dei consumatori	Questa conferenza farà il punto sul quadro statistico in questo settore e attirerà l'attenzione su tale problematica (combinando dati sia quantitativi sia qualitativi), ponendo l'accento sugli studi relativi al pregiudizio economico per i consumatori	3° trimestre 2002
Continuazione della pubblicazione Consumers in Europe con Eurostat	Prendere le mosse dalla prima edizione (2001) per sviluppare la pubblicazione quale importante elemento della base di conoscenze utilizzata per assumere decisioni in tema di politica dei consumatori	2002-2006
Produzione di un'indagine Eurobarometro sull'informazione e sulla rappresentanza dei consumatori	Produrre un'indagine Eurobarometro da pubblicarsi nella giornata dei consumatori (15 marzo 2002) e altre indagini dello stesso genere negli anni successivi	2002-2006
Rilevazione dei prezzi dei prodotti venduti nei supermercati attraverso i dati raccolti con la scansione dei codici a barre	Continuare il lavoro svolto nella fase pilota (relativa a dati per il periodo 1999-2000) per produrre dati che consentano il raffronto dei prezzi nei supermercati in tutta Europa	2002-2006
Indagini sugli atteggiamenti delle imprese dei consumatori nei confronti del commercio transfrontaliero	Due indagini analizzeranno gli atteggiamenti delle imprese dei consumatori nei confronti del commercio e degli acquisti transfrontalieri nel mercato interno	3° trimestre 2003
Indagine sui prezzi dei servizi a complemento delle indagini regolari coordinate da Eurostat	Se del caso, effettuare indagini complementari sui prezzi dei servizi	2002-2006
Sviluppo di sistemi d'informazione e di dati più completi sulla sicurezza dei beni e dei servizi, a partire da RAPEX e Ehlass	— Continuare e rafforzare la raccolta e la valutazione dei dati sulle lesioni personali legate ai prodotti ed esaminarne la possibile estensione alle lesioni personali legate ai servizi — Rafforzare il funzionamento del sistema RAPEX introducendo nuovi orientamenti operativi e un quadro di scambi via Internet — Completare RAPEX mediante un quadro per lo scambio diretto di informazioni tra le autorità preposte alla sorveglianza del mercato contestualmente alla creazione della rete per la sicurezza dei prodotti prevista dalla direttiva sulla sicurezza generale dei prodotti	2002-2006

⁽¹⁾ COM(2001) 428 def.

⁽²⁾ Comunicazione della Commissione «Semplificare e migliorare la regolamentazione», 5 dicembre 2001, COM(2001) 726 def.