

RELAZIONE

Decreto del Ministro delle attività produttive relativo alla ripartizione del “Fondo derivante dalle sanzioni amministrative irrogate dall’Autorità garante della Concorrenza e del mercato da destinare ad iniziative a vantaggio dei Consumatori”, di cui all’art. 148 della legge 23 dicembre 2000, n. 388, pari a Euro 55.128.308,00.

La legge 23 dicembre 2000, n. 388, concernente “Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato”, ha previsto all’art. 148, comma 1, che le entrate derivanti dalle sanzioni amministrative irrogate dall’Autorità garante della concorrenza e del mercato siano destinate ad iniziative a vantaggio dei consumatori.

Con il comma 2 dello stesso articolo si stabilisce che le stesse entrate siano riassegnate con decreto del Ministro dell’economia e delle finanze ad un apposito Fondo iscritto nello stato di previsione del Ministero delle attività produttive per essere destinate alle iniziative del suddetto comma 1, individuate di volta in volta con decreto del Ministro delle attività produttive, previo parere delle Commissioni parlamentari competenti.

Con decreto del Ministro dell’economia e delle finanze n. 41454 del 2004 è stato riassegnato al capitolo 1650 “Fondo derivante dalle sanzioni amministrative irrogate dall’Autorità garante della concorrenza e del mercato da destinare ad iniziative a vantaggio dei consumatori” dello stato di previsione del Ministero delle attività produttive, l’importo di Euro 55.128.308,00.

Con riferimento alle finalità previste dalla legge n. 388 del 2000 è stata predisposta l’ipotesi del programma di iniziative, da sottoporre al parere delle competenti Commissioni parlamentari ai sensi del comma 2 della medesima disposizione, ripartendo le risorse disponibili, pari all’importo delle predette sanzioni riassegnato alla data odierna, articolato su una pluralità di interventi al fine di meglio rispondere alle esigenze dei consumatori.

Gli interventi di questa tornata sono stati programmati con riferimento alla necessità di coinvolgere le Amministrazioni e gli Enti operanti sul territorio e tramite essi le associazioni dei consumatori operanti a livello locale. Inoltre si sono ripresi alcuni progetti ed attività già finanziate nel corso del precedente anno. Nella sua formulazione generale il piano proposto vuole dare centralità alla tutela dei diritti fondamentali dei consumatori inseriti nell’ordinamento con la legge n. 281 del 1998.

La scelta di ricorrere ad Amministrazioni ed organismi pubblici quali attuatori degli interventi è dovuta al fatto che, anche in considerazione della pluralità di interventi, non è possibile entro il 31 dicembre esperire direttamente alcuna attività contrattuale ad evidenza pubblica.

La presente relazione illustra i contenuti degli articoli dello schema di decreto ministeriale, mentre per l'articolazione delle singole iniziative si rimanda alle schede tecniche allegate alla presente, richiamate nella descrizione dei singoli articoli.

Articolo 1

Vengono individuate le iniziative, elencate nell'apposito allegato A, da realizzare con le attuali risorse finanziarie esistenti sul "Fondo derivante dalle sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato da destinare ad iniziative a vantaggio dei consumatori", pari a € 55.128.308,00, le cui modalità attuative sono riportate negli articoli successivi.

Articolo 2

Al comma 1 si assegna alla Unione Nazionale delle Camere di Commercio (Unioncamere) la somma di € 10.000.000,00 per la promozione sul territorio, tramite le camere di commercio, dell'attività di conciliazione estragiudiziale delle controversie in materia di consumi. L'iniziativa è illustrata nella relativa scheda tecnica riportata nell'ALLEGATO 1.

Con il secondo comma è demandata al Direttore generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori l'individuazione delle modalità di effettuazione dell'attività per la quale vengono indicate le principali specifiche.

Il terzo comma demanda ad una convenzione stipulata fra il Ministero delle attività produttive e l'Unioncamere la regolazione dei reciproci rapporti.

Articolo 3

Con il comma 1 è assegnata alle Regioni e Province autonome la somma complessiva di 23.000.000,00 per la realizzazione di interventi mirati all'assistenza e consulenza a favore dei consumatori ed utenti residenti nei comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti. Lo stanziamento è ripartito fra le regioni e le province autonome secondo la tabella riportata nell'allegato B al decreto. L'iniziativa è illustrata nella relativa scheda tecnica riportata nell'ALLEGATO 2, che riporta fra l'altro i criteri di ripartizione delle suddette risorse.

Il comma 2 individua le direttive alle quali il Direttore generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori, con apposito decreto, si dovrà attenere per l'individuazione delle modalità di effettuazione dell'iniziativa. In particolare il riconoscimento del contributo avviene in base alla presentazione di un programma generale di intervento da attuare tramite le Associazioni dei consumatori, d'intesa con i comuni interessati, in base ad accordi ed intese.

In base all'ultimo comma si demanda al medesimo decreto la disciplina delle modalità di presentazione dei programmi di intervento, di rendicontazione delle spese comprese quelle relative allo svolgimento delle attività di controllo e monitoraggio, di liquidazione delle risorse.

Articolo 4

Con il comma 1 si procede ad incrementare di 10.000.000,00 di euro il Fondo di garanzia per il sostegno dell'accesso al credito al consumo, costituito con decreto del 22 dicembre 2003 presso l'Istituto per la Promozione Industriale (IPI).

Con i successivi commi 2 e 3 sono apportati alcuni aggiustamenti al precedente decreto del 22 dicembre 2003 per ovviare ad alcune difficoltà operative segnalate anche dal sistema bancario.

Con la modifica prevista al secondo comma si innalza il limite della garanzia che grava sul Fondo da 1.500 a 3.000 euro e contemporaneamente si elimina il vincolo di una sola operazione per nucleo familiare. Mentre con il comma 3 si elimina la limitazione del finanziamento garantibile ai soli beni durevoli. Si tratta di modifiche che mirano ad aumentare l'accessibilità alla garanzia sia attraverso l'innalzamento dei limiti che con l'eliminazione di vincoli.

Nella relativa scheda , riportata nell'ALLEGATO 3, sono contenuti gli aspetti tecnici dell'iniziativa.

Articolo 5

Il comma 1 prevede la realizzazione in almeno cinque regioni di un progetto pilota per il monitoraggio, attraverso l'utilizzo di dispositivi di posizionamento degli autoveicoli e controllo della velocità, della loro incidentalità ai fini di acquisire dati ed elementi in base ai quali pervenire al contenimento delle tariffe della RC-auto. Per l'attuazione del progetto è assegnato all' ISVAP, cui è demandata la vigilanza sulle assicurazioni private, l'importo di € 5.000.000,00. L'iniziativa è illustrata nella relativa scheda tecnica riportata nell'ALLEGATO 4

Il comma 2 individua i seguenti tre parametri da considerare ai fini della individuazione delle regioni nelle quali effettuare la sperimentazione avendo cura di garantire la presenza delle tre ripartizioni geografiche nord, centro e sud-isole: a) la percentuale regionale di incidenti rispetto al valore nazionale; b) la percentuale regionale di popolazione residente rispetto al valore nazionale; c) la densità di circolazione espressa per ogni regione dal rapporto fra gli autoveicoli circolanti ed i chilometri di strade.

Con ultimo comma si demanda ad una convenzione stipulata fra la Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori e l'ISVAP la disciplina dei reciproci rapporti ai fini della realizzazione dell'iniziativa oltre che l'individuazione delle modalità di rendicontazione delle spese relative alla realizzazione del progetto pilota nonché di quelle relative allo svolgimento delle attività dell' ISVAP comprese quelle di controllo e monitoraggio sul territorio.

Articolo 6

Il primo comma prevede l'assegnazione alla Guardia di Finanza della somma complessiva di 2.500.000,00 euro per la realizzazione di iniziative in materia di controllo del mercato e tutela dei consumatori. Tale importo è destinato: per € 1.000.000,00 all'espletamento di compiti connessi in particolare alla sicurezza dei prodotti, alla lotta al carovita, alle

manifestazioni a premio nonché alle attività ispettive e di acquisizione di documentazione; per € 1.500.000,00 alla effettuazione di corsi di formazione per la promozione della sicurezza dei prodotti correlata alla loro contraffazione ed alla promozione di accordi e scambi con gli altri paesi della Unione europea.

Con il comma 2 si assegnano, inoltre, 2.000.000,00 di euro all'Agenzia delle Dogane per la realizzazione di corsi di formazione ed informazione, destinati anche alle associazioni dei consumatori, nonché per un progetto di interoperabilità esterna consistente nella implementazione di un sistema informativo aperto anche al Ministero per le attività produttive ed alle associazioni dei consumatori.

Entrambe le iniziative sono illustrate nella scheda tecnica riportata nell'ALLEGATO 5

L'ultimo comma prevede la stipula di convenzioni fra la Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori ed ognuno dei due soggetti attuatori per disciplinare i reciproci rapporti, l'attività di controllo e monitoraggio, le modalità di rendicontazione delle spese e di liquidazione delle risorse assegnate.

Articolo 7

Il primo comma destina all'effettuazione dell'attività di monitoraggio a livello territoriale delle tariffe dei pubblici servizi la somma di € 500.000,00 ai fini dell'implementazione del primo modulo della banca dati in materia di prezzi di beni e servizi dell'Osservatorio dei prezzi del Ministero delle attività produttive. L'iniziativa è illustrata nella relativa scheda tecnica riportata nell'ALLEGATO 6.

Il successivo comma prevede la stipula di un'apposita convenzione fra Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori e l'Istituto per la Promozione Industriale (IPI) con la quale disciplinare l'effettuazione dell'attività, che deve vedere il coinvolgimento delle Associazioni dei consumatori presenti nel Consiglio Nazionale dei consumatori e degli Utenti.

Articolo 8

Con il comma 1 la Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori è incaricata di realizzare un progetto generale di informazione al consumatore, nel limite complessivo di spesa di € 1.000.000,00.

Con il successivo comma 2 è assegnata la somma di € 1.128.308,00, al Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti (CNCU) per la realizzazione di iniziative a vantaggio dei consumatori su temi di attualità ed a promuovere la conoscenza dei diritti dei consumatori anche nell'Europa allargata

Entrambe le iniziative sono illustrate nella scheda tecnica riportata nell'ALLEGATO 7.

Nell'ultimo comma, al fine di rendere immediatamente realizzabili i suddetti interventi è previsto da parte della Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori e del CNCU la stipula di convenzioni con l'Istituto per la Promozione Industriale (IPI) e con altri Enti ed Organismi pubblici.

Articolo 9

Con l'ultimo è previsto, per la copertura della spesa complessiva pari € 55.128.308,00, il ricorso allo stanziamento esistente sul capitolo n. 1650 *“Fondo derivante dalle sanzioni amministrative irrogate dall’Autorità garante della concorrenza e del mercato da destinare ad iniziative a vantaggio dei consumatori”*.

SCHEDA TECNICA

Promozione, tramite le camere di commercio, delle attività di informazione, consulenza ed assistenza ai consumatori e della attività di composizione extragiudiziale delle controversie in materia di consumi

Il Ministero delle Attività Produttive e l'Unione Italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura hanno inteso avviare un'importante collaborazione per un progetto di finanziamento di alcune attività da realizzare nell'ambito della politica di tutela dei diritti dei consumatori in Italia.

Tale collaborazione può essere definita strategica e funzionale.

Strategica in quanto si intende in questo modo finanziare alcune attività che possono ulteriormente rafforzare l'azione di attuazione i principi comunitari in materia di tutela dei consumatori.

Nell'ambito della politica comunitaria nei confronti dei consumatori, la promozione dell'informazione sui diritti ad essi attribuiti, la consulenza al verificarsi di una lesione dei loro diritti, l'assistenza nella fase di reclamo e i diversi modi di accesso alla giustizia, anche attraverso strumenti extragiudiziali come la conciliazione, costituiscono elementi basilari, risultando, infatti, tra i diritti fondamentali dei consumatori.

Anche a livello nazionale la legge n.281, del 1998 concernente la disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti prevede, come fondamentali, l'adeguata informazione nonché la possibilità di attivare, prima del ricorso al giudice, la procedura di conciliazione dinanzi alle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura competente per territorio.

Queste attività, che sono collegate tra loro, diverranno probabilmente più rilevanti nel contesto di una Unione europea sempre più integrata.

Nello stesso tempo la collaborazione è funzionale in virtù del rapporto esistente tra il Ministero delle Attività produttive e l'Unione Italiana delle Camere di commercio, resa ancora più significativa se si tiene conto della diffusa articolazione del sistema camerale sull'intero territorio nazionale.

In questo modo si intende anche valorizzare la natura delle Camere di commercio che, dopo la legge di riforma n 580 del 29 dicembre 1993, hanno visto loro assegnato il ruolo di enti pubblici per la regolazione del mercato, in cui possono trovare sintesi gli

interessi di tutti coloro operano nel mercato: non più e non solo le imprese, ma anche i consumatori, che sono ormai sempre più soggetti attivi del mercato unico.

La politica comunitaria in materia di consumo, sin dai primi documenti programmatici ha riconosciuto che l'informazione, l'assistenza e la consulenza sono gli ambiti privilegiati di intervento in grado di garantire un'effettiva protezione dei consumatori. Nell'attuale contesto ancora di più la politica comunitaria in materia di consumo intende rendere più consapevoli le scelte dei consumatori, anche per aumentarne la fiducia nel mercato unico e nelle operazioni transfrontaliere.

In questo quadro una rilevanza fondamentale è stata riservata alla risoluzione alternativa delle controversie in materia di consumo, sul quale si misura l'operatività concreta di un ordinamento giuridico, compreso quello comunitario.

La cosiddetta giustizia alternativa è in grado di rispondere più efficacemente alle esigenze dei consumatori che, dati i costi, i tempi e le difficoltà procedurali che caratterizzano tutti i sistemi di giustizia ordinaria dei Paesi Membri, potrebbero trovarsi nella impossibilità di fatto di dare tutela concreta ai diritti che vengono sanciti dalla legislazione comunitaria. A ciò deve inoltre aggiungersi che il rischio di liti e la eterogeneità della situazione nell'ambito delle controversie nazionali aumentano con la moltiplicazione delle transazioni transfrontaliere in materia di consumo e con l'emergere di nuove tecniche di vendita e prestazioni di servizi.

Per queste ragioni la Commissione ha inteso regolare la materia attraverso l'individuazione di principi comuni che devono presiedere nella gestione di procedure extragiudiziali di risoluzione delle controversie di consumo: un primo intervento è stato attuato con la Raccomandazione n. 98/257/CE *riguardante i principi applicabili agli organismi responsabili per la risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo*, caratterizzati dalla presenza di un organo terzo (monocratico o collegiale) con il compito di esprimere una vera e propria decisione, vincolante o meno per le parti. Il secondo intervento è stato invece realizzato con la Raccomandazione 01/310/CE *sui principi applicabili agli organismi che partecipano alla soluzione consensuale delle controversie di consumo*, il cui ambito di applicazione corrisponde a quelle procedure in cui l'organo terzo (monocratico o collegiale) non giudica, ma si limita a mettere in dialogo le parti al fine di far individuare loro un accordo soddisfacente.

Proprio sulla base di tali Raccomandazioni, in Italia si sono avviate iniziative interessanti che hanno visto come protagoniste privilegiate sul territorio, anche se non uniche, le Camere di commercio e le associazioni dei consumatori.

A livello centrale il Ministero delle attività produttive si è posto come punto di raccordo a livello comunitario nella realizzazione della rete europea di accesso *alla risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo* con particolare riferimento alle questioni transfrontaliere.

Nel momento in cui si vuole sviluppare lo strumento conciliativo la collaborazione funzionale tra il Ministero delle Attività produttive e l'Unione Italiana delle Camere di commercio appare quanto mai necessaria e significativa.

Inoltre con il decentramento delle funzioni amministrative, attuato in base al d.lgs n. 112 del 1998, gli Uffici periferici del Ministero delle attività produttive, vale a dire gli Uffici provinciali dell'industria del commercio e dell'artigianato e gli Uffici provinciali metrici, sono stati trasferiti alle locali Camere di commercio, che rappresentano l'unico legame del Ministero delle attività produttive con il territorio.

All'interno di questo quadro una parte delle risorse finanziarie del "Fondo derivante dalle sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato da destinare ad iniziative a vantaggio dei consumatori" sono state assegnate ad Unioncamere per la realizzazione, unitamente alle Camere di commercio delle attività di:

- a) formazione, orientamento e consulenza ai consumatori con riferimento alla legislazione nazionale e comunitaria in materia di risoluzione alternativa delle controversie in materia di consumi;
- b) assistenza ai consumatori nelle fasi del reclamo nei confronti dei professionisti e nelle procedure extragiudiziali di risoluzione delle controversie di consumo anche presso le Camere di commercio industria artigianato e agricoltura, in conformità con la legislazione nazionale e comunitaria;
- c) di monitoraggio delle attività svolte a vantaggio dei consumatori e per le attività di divulgazione ed informazione.

I contenuti delle tre tipologie di attività sono i seguenti:

a. attività di informazione e consulenza al consumatore

Tale attività dovrà consistere nella informazione resa al consumatore sui diritti di carattere generale che la legislazione comunitaria e nazionale gli riconoscono per determinate fattispecie. Qualora il consumatore voglia approfondire tali diritti, soprattutto nel caso di controversie, l'attività di informazione consentirà al consumatore di orientarsi nella scelta delle strategie di difesa più consone rispetto al caso concreto. Qualora perduri la controversia, l'attività di consulenza potrà descrivere al consumatore, nell'ambito delle modalità di difesa dei propri diritti, l'ampia panoramica concernente gli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie, illustrando le caratteristiche delle varie esperienze presenti sul territorio nazionale.

b. attività di assistenza ai consumatori nella fase del reclamo e nelle procedure di risoluzione extragiudiziale delle controversie anche presso le Camere di commercio industria artigianato e agricoltura

Si tratta di finanziare diverse attività. In primo luogo, l'assistenza al consumatore nella fase di reclamo, con particolare riguardo alla sua compatibilità con la normativa vigente, alle modalità di svolgimento del primo contatto con il professionista ed alla gestione della procedura.

Qualora la fase del reclamo non concluda la controversia, l'assistenza al consumatore potrà proseguire durante l'esperimento delle procedure alternative di risoluzione delle controversie.

Tali procedure potranno essere gestite sia dalle Camere di commercio che dalle associazioni di consumatori, assicurando che gli organismi che svolgono attività di risoluzione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo, interessati all'iniziativa, siano in possesso di adeguati requisiti di serietà ed efficienza e che le relative procedure siano conformi ai principi espressi nelle Raccomandazioni citate

Il finanziamento è destinato a sostenere economicamente il consumatore per le spese di gestione e di eventuale assistenza relative alla procedura extragiudiziale intrapresa, nel caso di conclusione ad esso favorevole.

c. attività di divulgazione e promozione

L'attività di divulgazione degli organismi che operano la composizione extragiudiziale delle controversie è essenziale per rendere più corretta ed aggiornata l'informazione al consumatore.

L'informazione relativa avrà riguardo sia all'aspetto più divulgativo, attraverso la realizzazione di campagne di promozione e di comunicazione sulle procedure di risoluzione extragiudiziale delle controversie di consumo, sia all'aspetto formativo, attraverso la predisposizione di studi e ricerche nelle materia di interesse.

La promozione degli organismi di composizione extragiudiziale delle controversie, che può comprendere anche il sostegno a corsi di formazione per conciliatori, dà attuazione ad uno specifico compito attribuito dall'Unione europea ai Paesi membri.

d. attività di monitoraggio

Di tutte le fasi descritte (informazione, consulenza, assistenza ai consumatori e promozione degli organismi di composizione extragiudiziale delle controversie) sarà effettuato un adeguato monitoraggio, anche al fine di individuare i soggetti che le pongono in essere e le aree dove tali attività vengono svolte e tenendo conto della richiesta, rivolta agli Stati membri, di fornire informazioni in ambito comunitario in merito allo svolgimento di tali attività a livello nazionale.

SCHEMA TECNICA

Cofinanziamento per il tramite delle regioni e province autonome di progetti di assistenza ai consumatori residenti nei comuni con meno di 10.000 abitanti

Quadro di riferimento ed informazioni generali.

Con il presente programma si intende sviluppare una serie di interventi sul territorio da attuarsi tramite le Regioni e le province autonome con il coinvolgimento delle Associazioni dei consumatori presenti a livello locale per iniziative da realizzare nei Comuni con una popolazione residente fino a 10.000 abitanti.

L'opportunità e la validità dell'iniziativa proposta si fondano sulle seguenti urgenze:

- 1) La necessità di raggiungere il consumatore/utente finale per il tramite degli enti territoriali più prossimi al cittadino, in considerazione della maggiore conoscenza delle necessità della popolazione e delle caratteristiche del territorio.
- 2) Una migliore capillarizzazione delle attività svolte dalle associazioni dei consumatori, considerato che l'azione di tutela si attua più che altro a livello dei grandi centri urbani ed è sviluppata di solito dove le associazioni hanno la loro sede di attività (generalmente a livello di capoluogo di regione o al massimo di capoluogo di provincia). Ciò, se da un lato ha il vantaggio di raggiungere il maggior numero di abitanti, dall'altro penalizza i piccoli centri.
- 3) Una più equa distribuzione delle risorse, considerato che le maggiori risorse finanziarie sono ad appannaggio dei Comuni con maggior numero di abitanti i quali possono più facilmente sviluppare per una più ampia disponibilità di mezzi ed economie di scala, azioni a tutela dei consumatori.
- 4) Una maggiore attenzione alla diversificazione delle opportunità offerte ai cittadini-consumatori, considerato che il più alto tenore di vita presente nei grandi centri consente ai cittadini la possibilità di usufruire di maggiori iniziative ovvero di un migliore accesso alle informazioni disponibili a tutela dei propri interessi e considerato altresì che i piccoli centri sono di solito situati in zone del territorio disagiate (territori montani o distanti dalle grandi vie di comunicazione e quindi dai siti produttivi).
- 5) Una maggiore attenzione alle fasce della popolazione più svantaggiate, considerato che nei piccoli centri risiede in massima parte colazione anziana o con basso grado di scolarizzazione.

A supporto della efficacia del programma va sottolineato che i Comuni fino a 15.000 abitanti sono pari a 7.435, corrispondente al 91,78% del numero totale dei comuni (8.101), mentre la popolazione residente è pari a 24.204.154 unità e rappresenta il 42,23% del totale della popolazione nazionale.

Quanto alla distribuzione sul territorio, detti Comuni si localizzano per il 58,58 % (53199% della popolazione coinvolta) nelle Regioni del Nord, per l'11,70% (13,46% della popolazione) nelle regioni centrali e per il 32,72% al Sud (33,35% della popolazione). I dati a livello di regione sono riportati nella seguente tavola.

Regioni Popolazione al 31.12.2002	comuni meno di 15.000				totale dei comuni italiani	
	Comuni	Popolazione	% comuni su totale Italia	% popolaz. su totale Italia	Comuni	Popolazione
Piemonte	1.162	1.978.419	96,35	46,76	1.206	4.231.334
Valle d'Aosta	73	86.716	98,65	71,72	74	120.909
Lombardia	1.454	4.771.553	94,05	52,38	1.546	9.108.645
Bolzano- Bozen	112	303.945	96,55	65,04	116	467.338
Trento	219	311.040	98,21	64,38	223	483.157
Veneto	532	2.572.324	91,57	56,20	581	4.577.408
Friuli-Venezia Giulia	212	737.287	96,80	61,87	219	1.191.588
Liguria	224	580.376	95,32	36,91	235	1.572.197
Emilia- Romagna	293	1.531.964	85,92	38,01	341	4.030.220
Toscana	236	1.198.837	82,23	34,09	287	3.516.296
Umbria	77	252.373	83,70	30,25	92	834.210
Marche	226	725.604	91,87	48,88	246	1.484.601
Lazio	331	1.080.800	87,57	21,00	378	5.145.805
Abruzzo	290	678.581	95,08	53,29	305	1.273.284
Molise	133	218.124	97,79	67,94	136	321.047
Campania	473	1.892.609	85,84	33,06	551	5.725.098
Puglia	186	1.139.289	72,09	28,31	258	4.023.957
Basilicata	126	420.386	96,18	70,44	131	596.821
Calabria	390	1.201.673	95,35	59,86	409	2.007.392
Sicilia	325	1.598.087	83,33	32,14	390	4.972.124
Sardegna	361	924.167	95,76	56,43	377	1.637.639
ITALIA	7.435	24.204.154	91,78	42,23	8.101	57.321.070

Nord	4.281	12.873.624	94,27	49,93	4.541	25.782.796
Centro	870	3.257.614	86,74	29,67	1.003	10.980.912
Mezzogiorno	2.284	8.072.916	89,32	39,27	2.557	20.557.362

Informazione di carattere normativo ed istituzionale

A livello istituzionale si sono instaurati dei rapporti con le regioni anche grazie alle iniziative in corso, cofinanziate ai sensi del D.M. 3 luglio 2003 e riguardanti il completamento di azioni a vantaggio dei consumatori, già avviate dalle regioni.

Tra Stato e regioni esiste poi un raccordo a livello funzionale derivante dalla declinazione su base regionale delle disposizioni normative riguardanti la tutela dei consumatori attuate a livello statale con la legge n. 281 del 1998.

Quasi la totalità delle regioni si è dotata di una legislazione che, facendo riferimento alla legge n. 281 del 1998, detta requisiti per il riconoscimento di associazioni dei consumatori che agiscono su base territoriale: esiste quindi un canale per l'identificazione dei soggetti che possono realizzare le iniziative in corso.

Regione	Legge Regionale
Abruzzo	31 luglio 2001, n. 30
Basilicata	10 aprile 2000, n. 40
Campania	3 settembre 2002, n. 19
Calabria	In preparazione
Friuli - Venezia Giulia	In preparazione
Liguria	2 luglio 2002, n. 26
Lombardia	14 febbraio 1985, n. 11
Marche	16 giugno 1998, n. 15
Emilia - Romagna	7 dicembre 1992, n. 45
Molise	Assente
Piemonte	25 marzo 1985, n. 21 12 luglio 1994, n. 23
Veneto	15 gennaio 1985, n. 3 22 giugno 1993, n. 17
Toscana	12 gennaio 2000, n. 1
Puglia	Assente
Umbria	12 luglio 1996, n. 17
Sicilia	23 maggio 1994, n. 7
Sardegna	Assente
Lazio	10 novembre 1992, n. 44
Val d'Aosta	In preparazione
Prov. Trento	21 aprile 1997, n. 8
Prov. Bolzano	20 maggio 1992, n. 15

Descrizione della situazione esistente

La tendenza sempre più marcata alla concentrazione delle attività produttive nei grossi centri urbani, unitamente a fenomeni di urbanizzazione della popolazione che sempre più sceglie di eleggere la propria residenza nelle città, rende minore l'interesse delle amministrazioni locali ad investire risorse nei piccoli centri sempre meno popolati ed economicamente meno attivi.

La situazione non può che ulteriormente aggravarsi, data l'irreversibilità dei fenomeni accennati, con il rischio di una eccessiva marginalizzazione dei piccoli Comuni in generale quanto a servizi forniti alla popolazione ed in particolare quanto alle richieste di informazione e di conoscenza delle dinamiche di mercato e delle loro ripercussioni a livello locale destinate a rimanere insoddisfatte o rimesse esclusivamente alle poche indicazioni fornite dai mass media.

Considerato ciò, la maggior parte dei Comuni, con particolare riferimento ai piccoli centri, o non ha assolutamente programmato attività a tutela dei consumatori o, pur se lo ha fatto, questa è del tutto insoddisfacente sul piano delle azioni effettive e delle risorse a messe a disposizione. Pertanto l'impegno finanziario sopportato per dette iniziative nei Comuni in cui intende attuarsi il programma di intervento è pressoché nullo.

Per quanto riguarda le Regioni sono in corso di svolgimento le iniziative avviate di recente attraverso il cofinanziamento di progetti da realizzare a livello locale ai sensi dell'art. 148 della legge n. 388 del 2000, come specificato dal D.M. 3 luglio 2003, ma che non incidono sulla realtà dei piccoli comuni.

Obiettivi dell'intervento

L'intervento ipotizzato rappresenta una sfida al miglioramento della capacità delle regioni di coinvolgere le associazioni dei consumatori e gli enti territoriali attraverso campagne mirate di sensibilizzazione e di informazione estendendo l'attività che dette associazioni già svolgono a livello degli altri comuni.

Obiettivo di carattere generale è pertanto l'attivazione di un canale di risorse a favore delle regioni per il coinvolgimento di associazioni dei consumatori operanti sul territorio al fine di realizzare iniziative per la promozione dei diritti dei consumatori e per la tutela del potere d'acquisto da localizzarsi nei comuni fino a 10.000 abitanti.

I soggetti prescelti a livello regionale dovranno realizzare almeno una tra le seguenti attività:

- Iniziative di informazione, consulenza ed assistenza al consumatore;
- appositi sportelli di informazione dei consumatori presso i Comuni e/o le associazioni che realizzano le iniziative;

- attività di informazione e promozione dei prezzi e delle tariffe verso i consumatori per migliorare la conoscenza del rapporto prezzo/qualità anche dove necessario con il supporto dell'Osservatorio prezzi istituito presso il MAP;

A livello istituzionale, questa iniziativa si colloca sulla stessa linea degli interventi avviati nel corso del 2003 riguardanti il completamento di azioni a vantaggio dei consumatori, poste in essere dalle regioni con l'approfondimento della collaborazione Stato-Regioni-Associazioni dei consumatori.

Naturalmente, le iniziative oggetto del presente programma dovranno differenziarsi dalle iniziative già in corso di realizzazione ovvero rappresentarne la continuazione e la specificazione a livello locale.

Le iniziative dovranno essere realizzate dalle associazioni dei consumatori individuate dalle regioni destinatarie dei finanziamenti e localizzate nei Comuni con una popolazione inferiore o pari ai 10.000 abitanti.

La Regione predispone un programma di intervento che preveda, le azioni da effettuare, la loro localizzazione, le modalità di realizzazione, i criteri di scelta dei soggetti realizzatori, le risorse da destinare.

Le associazioni dei consumatori sono individuate dalle Regioni tra quelle che operano a livello regionale secondo criteri predefiniti dalle regioni stesse.

Le iniziative sono individuate sulla base di una convenzione tra Regione e associazioni dei consumatori d'intesa con i Comuni destinatari dell'iniziativa.

Le iniziative avranno indicativamente durata biennale e dovranno svolgersi a partire dal 2005 fino a tutto il 2006.

Modalità attuative e valutazione tecnico-economica dell'intervento

Come già accennato, i soggetti attuatori sono le associazioni dei consumatori che sono individuate dalle Regioni sulla base di propri criteri da comunicarsi preventivamente all'Amministrazione, mediante apposite convenzioni in cui il soggetto attuatore si impegna a:

- realizzare l'iniziativa per come definito dalla regione;
- assicurare la presenza presso il Comune/ i Comuni destinatari;
- nominare un responsabile referente per la Regione e per il Comune destinatario dell'iniziativa;
- predisporre e trasmettere una relazione sullo stato di avanzamento dell'iniziativa a cadenza semestrale;
- uniformarsi alle direttive della regione;
- Divulgare l'iniziativa anche con apposite campagne di lancio;
- Predisporre appositi indicatori per la misurazione dei risultati ottenuti;

- Assicurare la presenza di personale esperto in materia consumeristica presso le proprie sedi.

Le predette convenzioni devono altresì ricevere l'assenso del Comune destinatario dell'intervento.

Ogni soggetto attuatore può realizzare in ciascuna regione una o più iniziative, anche comprendente più linee di attività e più Comuni destinatari.

L'iniziativa deve tenere conto delle specifiche esigenze locali, valutate ed individuate preventivamente ed evidenziate nella convenzione con la regione, anche con riferimento alle modalità di attuazione.

Deve essere data preferenza ad un rapporto diretto con i consumatori a livello individuale in modo da favorire gli interventi in rapporto alle situazioni concrete.

Altro elemento da sviluppare è la creazione di cultura consumeristica presso le Amministrazioni comunali destinatarie.

L'insieme delle iniziative di ciascuna regione è rappresentato nel piano di interventi che ciascuna regione predispone preventivamente ai fini dell'ottenimento delle risorse finanziarie con la quale la stessa si impegna a coprire con le iniziative programmate almeno il 70% dei comuni interessati.

Ripartizione delle risorse

Per quanto riguarda la valutazione economica degli interventi da realizzare nonché gli ulteriori parametri di riferimento si fa presente quanto segue:

- La realizzazione del programma ipotizza l'impiego di risorse finanziarie pari ad € 23.000.000.
- La ripartizione tra le Regioni e Province autonome, riportata nell'allegato B del decreto, è effettuata in base ai seguenti parametri:

Parametro	Peso
Percentuale del numero dei comuni con abitanti inferiori a 10.000 unità	0,50
Percentuale della popolazione residente dei Comuni individuati	0,45
Maggiorazione per le sole regioni meridionale calcolato come percentuale del numero di tutti i comuni presenti nelle regioni	0,05

Nel dettaglio l'applicazione di tali parametri porta alla attribuzione di un contributo medio per comune pari a € 3.093. Il valore medio del mezzogiorno pari a € 3.562 per comune è da considerare comprensivo anche del 5% di risorse destinabili in questi territori anche ai comuni con popolazione superiore a 15.000 abitanti.

REGIONI Popolazione al 31.12.2002	Comuni fino a 15.000 abitanti		% numero comuni	% della popolazione	Maggioraz. mezzogiorno	Attribuzione risorse	Media risorse
	Comuni	Popolazione	peso 0,50	peso 0,45	peso 0,05	per regione	per comune
Piemonte	1.162	1.978.419	0,156	0,082	-	2.643.307	2.275
Valle d'Aosta	73	86.716	0,010	0,004	-	149.993	2.055
Lombardia	1.454	4.771.553	0,196	0,197	-	4.289.334	2.950
<i>Bolzano-Bozen</i>	112	303.945	0,015	0,013	-	303.205	2.707
<i>Trento</i>	219	311.040	0,029	0,013	-	471.740	2.154
Veneto	532	2.572.324	0,072	0,106	-	1.922.823	3.614
Friuli-Venezia Giulia	212	737.287	0,029	0,030	-	643.182	3.034
Liguria	224	580.376	0,030	0,024	-	594.645	2.655
Emilia-Romagna	293	1.531.964	0,039	0,063	-	1.108.281	3.783
Toscana	236	1.198.837	0,032	0,050	-	877.668	3.719
Umbria	77	252.373	0,010	0,010	-	227.017	2.948
Marche	226	725.604	0,030	0,030	-	659.840	2.920
Lazio	331	1.080.800	0,045	0,045	-	974.134	2.943
Abruzzo	290	678.581	0,039	0,028	0,119	875.896	3.020
Molise	133	218.124	0,018	0,009	0,053	360.154	2.708
Campania	473	1.892.609	0,064	0,078	0,215	1.788.721	3.782
Puglia	186	1.139.289	0,025	0,047	0,101	890.902	4.790
Basilicata	126	420.386	0,017	0,017	0,051	433.568	3.441
Calabria	390	1.201.673	0,052	0,050	0,160	1.301.024	3.336
Sicilia	325	1.598.087	0,044	0,066	0,153	1.361.453	4.189
Sardegna	361	924.167	0,049	0,038	0,147	1.123.112	3.111
ITALIA	7.435	24.204.154	1,000	1,000	1,000	23.000.000	3.093
Nord	4.281	12.873.624	0,576	0,532	-	12.126.510	2.833
Centro	870	3.257.614	0,117	0,135	-	2.738.659	3.148
Mezzogiorno	2.284	8.072.916	0,307	0,334	1,000	8.134.831	3.562

SCHEMA TECNICA**Integrazione delle disponibilità del Fondo di garanzia per il sostegno dell'accesso al credito al consumo, costituito con decreto del 23 dicembre 2003.**

Con decreto n. 133223 del 18 dicembre 2003 il Ministro dell'economia e delle finanze ha provveduto alla rassegna di € 16.629.951,61 al Fondo derivante dalle sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato da destinare ad iniziative a vantaggio dei consumatori. A seguito di tale rassegna, il decreto del Ministro delle attività produttive del 22 dicembre 2003, ha destinato tale importo al sostegno dell'accesso al credito al consumo per l'acquisto rateale di beni durevoli da parte dei nuclei familiari con un reddito complessivo (ISEE), non superiore a € 15.000,00, determinato ai sensi del d.lgs. 31 marzo 1998, n. 109, e successive modifiche ed integrazioni.

Il decreto prevede che tale iniziativa debba essere attuata tramite la costituzione di un Fondo di garanzia per facilitare l'accesso al credito al consumo, accordando una garanzia pari al 50%, con un limite di € 1.500,00, sul finanziamento concesso da banche o da società finanziarie da queste controllate ed iscritte nell'elenco di cui all'art. 107 del d.lgs. n. 385 del 1993. Il Fondo è stato costituito presso l'IPI, ente strumentale controllato e vigilato dal Ministero delle attività produttive, al quale sono state specificamente assegnate le risorse citate. I rapporti fra Ministero ed IPI sono regolati dall'apposita convenzione del 20 maggio 2004. Questa prevede che l'IPI individui il soggetto terzo gestore del Fondo nel rispetto della vigente normativa in materia di appalto di servizi. L'IPI, inoltre, provvede alla realizzazione del sistema informatico da utilizzare nonché ad effettuare l'attività di monitoraggio sul gestore. Con il decreto del Ministro delle attività produttive del 14 giugno 2004 si è, infine, proceduto a definire le modalità di gestione del Fondo.

In particolare è stato previsto: che i soggetti beneficiari, ai fini dell'ammissione al Fondo, producano presso gli istituti di credito aderenti all'iniziativa una apposita dichiarazione sostitutiva di certificazione, attestante l'assenza di condanna con sentenza definitiva per i reati di associazione di tipo mafioso, riciclaggio ed impiego di denaro, beni o altra utilità di provenienza illecita, di cui agli articoli 416-bis, 648-bis e 648-ter del codice penale, una valida attestazione ISEE rilasciata dall'INPS, dai comuni, dai CAF o dalle P.A. cui è presentata la dichiarazione sostitutiva unica (DSU), nonché una dichiarazione di impegno ad utilizzare integralmente il credito al consumo per l'acquisto di beni di consumo durevoli.

Inoltre, nel d.m. sono elencate varie ipotesi di non ammissibilità delle richieste di accesso al Fondo, tra cui quelle provenienti da soggetti beneficiari appartenenti a

nuclei familiari che abbiano già in essere un'operazione di credito al consumo garantita dal Fondo a favore di un loro componente.

A seguito dell'adozione da parte del Ministro delle attività produttive del citato d.m. del 14 giugno 2004, l'IPI ha avviato le procedure di aggiudicazione della gara per la realizzazione del sistema informatico operante via internet, il cui termine di presentazione delle offerte è scaduto il 31 agosto 2004, nonché di aggiudicazione della gara per la gestione finanziaria, amministrativa e tecnica del Fondo di garanzia, il cui termine per la presentazione delle offerte è spirato invece il 24 settembre 2004. La società Cyborg è risultata vincitrice della prima gara, mentre la gara di aggiudicazione per la gestione finanziaria è andata deserta.

A tal proposito, si osserva che l'art. 14 del citato decreto ministeriale 14 giugno 2004, di regolamentazione della gestione del Fondo, prevede che banche e società finanziarie da queste controllate versino al Fondo una commissione "una tantum" pari a tre euro per ogni operazione di credito al consumo ammessa alla garanzia. L'IPI è autorizzato ad utilizzare tali somme accantonate per remunerare il soggetto gestore del Fondo. In considerazione dell'assenza di partecipanti alla gara di aggiudicazione, si ritiene opportuno procedere a breve ad una modifica del disposto dell'art. 14, così da innalzare (fino a cinque o sei euro) l'ammontare dalla commissione dovuta dai soggetti richiedenti.

La presente proposta prevede l'ulteriore destinazione di 10.000.000,00 di euro per l'incremento delle risorse del Fondo anche al fine di procedere ad innalzare il limite della garanzia, imposto dal decreto 22 dicembre 2003, da € 1.500,00 a € 3.000,00, così da ampliare l'ambito delle operazioni di finanziamento per cui è possibile richiedere l'intervento del Fondo. In tal modo, dal momento che i crediti al consumo sono garantiti al 50% dell'ammontare del finanziamento concesso, risulterà possibile avvalersi della garanzia prestata dal Fondo per prestiti fino a € 6.000,00. Considerato che l'importo di finanziamento richiesto rappresenta generalmente solo una parte del valore del bene che si intende acquistare, l'innalzamento del limite della garanzia faciliterà l'accesso al credito anche con riferimento a beni relativamente costosi.

Peraltro, l'inserimento di altri vincoli essenziali nella definizione del testo del decreto ministeriale del 22 dicembre 2003 produce diverse difficoltà di tipo attuativo e restringe eccessivamente l'operatività del Fondo.

In primo luogo, si rileva che dalla finalizzazione contenuta nel d.m. 22 dicembre 2003 emerge la natura di mutuo di scopo del finanziamento, anziché di prestito personale, in quanto possono essere garantiti esclusivamente prestiti utilizzati per l'acquisto di beni di consumo durevoli.

Nel caso di acquisto e finanziamento tramite finanziaria presso punti vendita tale scopo è verificato contestualmente. La concessione di finanziamenti da parte di banche è invece ulteriormente aggravata di costi aggiuntivi per la verifica, questa volta successiva, di un bene di consumo durevole. Ne consegue la necessità di prevedere, come sopra esposto, che i soggetti beneficiari sottoscrivano una dichiarazione di

impegno ad utilizzare integralmente il credito al consumo per l'acquisto di beni durevoli. L'eliminazione del vincolo di destinazione del finanziamento, riferito genericamente a "beni e servizi", incrementerà significativamente il numero di operazioni ammissibili, circostanza che contribuisce a ritenere opportuno l'assegnazione di ulteriori risorse al Fondo.

In secondo luogo, la limitazione del beneficio ad una sola operazione per nucleo familiare, è apparsa troppo restrittiva e limitativa in quanto non consentirebbe l'utilizzo del massimale garantibile, nel caso di acquisto presso un punto vendita di beni di valore non elevato. Tale osservazione si rivela tanto più appropriata nell'ottica dell'incremento del limite della garanzia.

Si riporta di seguito una tabella con l'indicazione sintetica della situazione del Fondo di garanzia per il credito al consumo prima e dopo le modifiche previste:

	Situazione senza modifiche	Situazione con le modifiche proposte
Disponibilità del Fondo	16.629.951,61	26.629.951,61
Limite della garanzia	€ 1.500,00	€ 3.000,00
Ammontare totale del prestito	€ 3.000,00	€ 6.000,00
Limite al numero di operazioni ammissibili per nucleo familiare	Una sola operazione	Fino all'utilizzo del massimale garantibile
Vincolo di destinazione del prestito	Beni durevoli	Beni e servizi

SCHEMA TECNICA

Realizzazione di un progetto pilota per il monitoraggio della incidentalità degli autoveicoli, finalizzato al contenimento delle tariffe della RC-auto, attraverso l'utilizzo di dispositivi di posizionamento e controllo della velocità.

L'iniziativa proposta parte dall'osservazione del rapporto tra i livelli dei prezzi delle tariffe RC-auto praticati ai consumatori dalle imprese assicuratrici ed il fenomeno dell'incidentalità degli autoveicoli in ambiti territoriali di livello regionale definiti.

L'attuale disponibilità di tecnologie satellitari (GPS + GSM), associate a quelle di memorizzazione dei dati degli autoveicoli su un sistema elettronico installato in maniera permanente su un veicolo (c.d. "clear box") può contribuire al monitoraggio degli incidenti in quanto individua la posizione di un veicolo durante il movimento attraverso un sistema di rilevazione satellitare con posizionamento cartografico, nonché delle dinamiche stesse degli incidenti, in modo da ottimizzare le prestazioni delle imprese assicuratrici verso i consumatori con una riduzione dei premi RC in conseguenza della minimizzazione delle possibilità di frode da parte dell'utenza, nonché, in ragione della tecnologia satellitare, consentire un eventuale sconto anche sulle tariffe relative alla copertura assicurativa del furto.

Il quadro normativo nel quale si inserisce l'intervento è quello del regime dei prezzi liberi praticati dalle imprese assicuratrici nei confronti della clientela a seguito della liberalizzazione avvenuta nel 1994.

Attualmente la funzione della conoscenza del mercato assicurativo è affidata all'ISVAP dalla legge 12 agosto 1982, n.576.

Gli obiettivi dell'iniziativa a puntano nel dettaglio a:

- 1) Diminuire i costi sostenuti dagli assicurati RC auto (sotto forma di sconto di polizza) che siano disposti ad installare gratuitamente nella propria autovettura il c.d. "sistema clear box";
- 2) Realizzare, attraverso la tecnologia del "clear box" sperimentata attraverso il progetto pilota, la base statistico-matematica per consentire all'ISVAP di fornire dati ed elementi finalizzati alla riduzione generalizzata delle tariffe della polizze RC auto;
- 3) Produrre benefici indiretti alla collettività attraverso una ipotizzata diminuzione della incidentalità degli autoveicoli ed un possibile miglioramento della disciplina della circolazione, oltre che della diminuzione del contenzioso giurisdizionale in materia.

L'intervento sarà realizzato mediante convenzione stipulata tra la Direzione Generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori e l'ISVAP che provvederà, nell'ambito delle proprie competenze istituzionali, all'implementazione del progetto ed al monitoraggio dell'iniziativa a favore dei consumatori. Tale progetto potrà, secondo le valutazioni dell'ISVAP, essere subordinato ad una convenzione con le imprese di assicurazione interessate a concedere uno sconto di sul premio di tariffa ai consumatori che ne faranno richiesta.

L'ambito territoriale di sperimentazione vedrà interessate non meno di sei regioni distribuite nelle tre ripartizioni geografiche (nord, centro e meridione) in modo da costituire un campione che abbia un rilievo statistico rappresentativo, in ragione del criterio dell'incidentalità.

L'individuazione delle regioni avverrà in base ai seguenti parametri da considerare con eguale peso:

- a. la percentuale regionale di incidenti rispetto al valore nazionale;
- b. la percentuale regionale di popolazione residente rispetto al valore nazionale;
- c. la densità di circolazione espressa per ogni regione dal rapporto fra gli autoveicoli circolanti ed i chilometri di strade.

~~L'orizzonte temporale dell'iniziativa sarà di tre anni, con l'impegno per le imprese convenzionate a conceder uno sconto che per il primo anno non sia inferiore al 10% della tariffa RC auto praticata alla data di avvio dell'iniziativa e vedrà coinvolto un potenziale bacino di utenza tra i 20.000 e i 30.000 soggetti in funzione di un costo unitario della tecnologia "clear box" stimabile intorno a 200 Euro. Lo sconto per gli anni successivi sarà aumentato in funzione dei risultati ottenuti.~~

L'ISVAP, in qualità di soggetto attuatore del progetto, dovrebbe emanare regole di attuazione da parte delle imprese di assicurazione per quanto attiene l'applicazione degli sconti ai consumatori, nonché le conseguenti regole operative del settore assicurativo, anche con riferimento alla tracciatura della sinistralità delle polizze relative agli autoveicoli che saranno fornite gratuitamente del sistema di "clear box".

All'ISVAP, inoltre, è affidato il compito di vigilare sulla realizzazione applicativa del progetto nonché raccogliere ed analizzare l'andamento statistico dei sinistri sulle polizze relative alle autovetture coinvolte nell'iniziativa.

SCHEDA TECNICA

Collaborazione con la Guardia di Finanza e l'Agenzia delle Dogane in materia di armonizzazione del mercato e tutela dei consumatori

Quadro di riferimento ed informazioni generali.- Informazioni di carattere normativo

La globalizzazione dei mercati, da un lato e la recente entrata in vigore del decreto legislativo n. 172 del 2004 in materia di sicurezza generale dei prodotti dall'altro, impone una riflessione sui compiti assegnati alle Istituzioni sulla sorveglianza del mercato. I consumatori sono fortemente disorientati dalla molteplicità delle offerte di beni di consumo con capacità prestazionali assai simili e purtroppo sempre più tentati dall'approvvigionarsi di beni che soddisfino il c. d. bisogno della "griffe".

I soggetti pubblici competenti hanno quindi la missione di assicurare che sul mercato siano presenti solo prodotti sicuri e non contraffatti

Situazione senza intervento:

La situazione attuale si caratterizza per i seguenti aspetti:

- Messa in pericolo della salute dei consumatori esposti all'acquisto di prodotti fabbricati senza il rispetto dei requisiti di sicurezza previsti per le singole tipologie di beni di consumo.
- Realtà industriale nazionale e comunitaria compromessa da un'offerta crescente di beni in violazione delle regole della concorrenza.
- Demotivazione da parte delle imprese più virtuose ad investire nella innovazione e ricerca della normazione tecnica e quindi stagnazione del progresso inteso in senso lato.
- Aggravio dei costi legati alle operazioni amministrative (dalla fase di importazione-in caso di prodotti extra UE- a quella di offerta al pubblico) di monitoraggio del prodotto non sicuro o contraffatto (*in primis* sottoposizione del prodotto a test di sicurezza, azioni di ritiro del prodotto dal mercato, azioni di informazione al consumatore sul disvalore legato all'acquisto di beni contraffatti o sui rischi legati a prodotti non sicuri).

Situazione con intervento

Con l'intervento proposto si vuole realizzare la c.d. tracciabilità del prodotto. I produttori per primi ma anche gli importatori e i distributori devono diventare attori della sorveglianza e devono collaborare sinergicamente alle Autorità che controllano il

mercato. I prodotti dovrebbero così poter essere individuati esattamente e assoggettati a controllo, sia in termini di sicurezza che in termini di corretta concorrenza, dal momento della costruzione a quello della offerta in vendita. Scoraggiando le produzioni c.d. " non a norma" e quelle violative della concorrenza si tende a riportare la produzione nei canoni dell'osservanza del progresso tecnologico e dei principi della proprietà industriale ed intellettuale. Per raggiungere l'obiettivo descritto della tracciabilità, occorre offrire al soggetto pubblico che si appresta a monitorare un prodotto, una base di conoscenze comuni che partono dalla esatta individuazione delle norme che regolano i rapporti tra le Amministrazioni e dalla conoscenza dei poteri di cui si dispone per poter agire nei confronti della categorie economiche elencate. Occorre inoltre acquisire un minimo bagaglio di conoscenze tecniche (valore della marcatura CE e dei marchi di qualità, nozione di documentazione tecnica, di organismi notificati etc). In questo si sostanzia l'intervento di formazione ed informazione diretto anche alle Associazioni per la loro successiva funzione di assistenza.

Inoltre, attraverso lo sviluppo del sistema informativo dell'Agenzia delle Dogane sarà possibile interagire anche con le associazioni dei consumatori, che potranno in tal modo ottenere un servizio di orientamento all'acquisto di prodotti ricevendo informazioni. Le stesse associazioni potrebbero, altresì, fornire utili informazioni per l'individuazione di casi di commercializzazione di merci contraffatte o non sicure, che potranno consentire l'individuazione di rotte commerciali a rischio. Potrà essere infine sviluppata una funzione di interoperabilità con il MAP- DGAMTC, autorità coinvolta in prima linea.

Uno dei maggiori vincoli oggi esistenti è rappresentato dal Regolamento CEE 339/93 che regola i rapporti tra l'Agenzia delle dogane e il MAP per i prodotti presentati alle importazioni, disponendo l'obbligo dello svincolo delle merci ad opera della prima, laddove entro 3 giorni lavorativi il MAP non abbia disposto, con debita motivazione, la sospensione della immissione in libera pratica. Il termine indicato è estremamente ridotto per consentire al Ministero l'acquisizione di elementi fondanti la conclusione di un rischio di sicurezza o un giudizio di effettiva contraffazione.

I beneficiari dell'intervento sono anzitutto i consumatori ed in seconda battuta l'intero sistema produttivo. Ma vanno a beneficiare dell'intervento le stesse Amministrazioni chiamate al controllo che potrebbero iniziare ad organizzare interventi non più estemporanei e disomogenei ma condivisi e unidirezionali con conseguenti economie di scala.

Modalità attuative

I soggetti attuatori non possono che essere quelli competenti, ciascuno, nel proprio ambito, lungo quella che è stata definita la tracciabilità del prodotto; e quindi l'Agenzia delle Dogane e il Corpo della Guardia di finanza, forza, quest'ultima che sia

ai sensi del decreto lgs n.68 del 2001 che del citato decreto lgs 172 del 2004 vede esaltata la sua funzione di polizia economica e finanziaria a tutela degli interessi nazionali e della stessa UE.

Destinazione delle risorse

Le risorse previste hanno, pertanto, la seguente finalizzazione:

1. Relativamente alla Guardia di Finanza:

- a. € 1.000.000,00 con riferimento all' espletamento di compiti connessi in particolare alla sicurezza dei prodotti, alla lotta al carovita, alle manifestazioni a premio nonché alle attività ispettive e di acquisizione di documentazione
 - b. € 1.500.000,00 per la effettuazione di corso di formazione per la promozione della sicurezza dei prodotti correlata alla loro contraffazione ed alla promozione di accordi e scambi con gli altri paesi della Unione europea.
2. Per quanto attiene alla Agenzia delle Dogane, 2.000.000,00 di euro per la realizzazione di un progetto di interoperabilità esterna consistente nella implementazione del sistema informativo sui prodotti contraffatti aperto anche al Ministero per le attività produttive ed alle associazioni dei consumatori, nonché per la realizzazione di corsi di formazione ed informazione, destinati anche alle associazioni dei consumatori.

SCHEMA TECNICA

Monitoraggio a livello territoriale dei prezzi e delle tariffe dei pubblici servizi destinate ad implementare del primo modulo della banca dati dell'Osservatorio dei prezzi del Ministero delle attività produttive

Secondo la normativa attuale, vi è una pluralità di Organi decisionali che hanno competenza sulle tariffe dei servizi di pubblica utilità e , più specificatamente:

--**Amministrazioni statali**, su direttiva del CIPE (Delibera CIPE n. 65 del 24/04/1996 "linee guida") , per pedaggi autostradali, servizio ferroviario nazionale, servizi aeroportuali, servizio marittimo, servizio postale e servizio idrico integrato;

--**Authority per l'energia elettrica e il gas** per l'energia elettrica e il gas;

--**Authority per la garanzia delle telecomunicazioni** per i servizi telefonici;

--**Enti locali o altri organi territoriali** per il trasporto pubblico locale, auto pubbliche, rifiuti solidi urbani, il servizio idrico integrato(applicazione in sede locale delle direttive CIPE) , ecc.

Pertanto, ai fini del monitoraggio delle suddette tariffe, una prima criticità è costituita dal reperimento dati presso una pluralità di soggetti.

Un secondo elemento critico è rappresentato dal fatto che le tariffe a livello territoriale variano da luogo a luogo.

Altro elemento critico di rilevante importanza, soprattutto per le tariffe locali, è l'individuazione della struttura tariffaria e di una significativa tariffa media per settore.

Quanto sopra non ha consentito finora di avere un panorama completo delle tariffe dei servizi di pubblica utilità e del loro andamento.

L'**obbiettivo** che il progetto si propone è quello di offrire, in primo luogo, al consumatore e agli organi interessati un quadro razionale e completo dei prezzi e delle tariffe dei servizi di pubblica utilità, praticate in tutto il territorio nazionale.

Successivamente, attraverso l'individuazione, appunto, di una tariffa media per settore, si procederà, a cadenza trimestrale o semestrale, a seconda dei tipi di servizi, alla rilevazione degli andamenti tariffari.

L'importanza della tematica sopra illustrata implica che l'effettuazione del progetto avvenga con l'intervento delle Associazioni dei consumatori al fine di ottenere un prodotto il più possibile condiviso ed utilizzabile.

Il progetto si articola, per grandi linee, secondo le seguenti fasi:

- a) Descrizione del quadro normativo di riferimento, sia in termini di competenze si prezzi e sulle tariffe sia in termini dei criteri della loro determinazione;

- b) Fissazione delle procedure dell'indagine, attraverso la definizione degli enti e di campioni settoriali di aziende per la rilevazione periodica dei dati, la definizione dei contenuti della scheda settoriale di rilevazione e l'individuazione sulla periodicità della rilevazione;
- c) Individuazione dell'analisi, che potrebbe essere: strutture tariffarie prevalenti per settore, andamento delle tariffe medie per settore, confronto tra andamento settoriale e indici dei prezzi al consumo, valutazione dell'impatto delle variazioni in ciascun settore rispetto all'indice dei prezzi al consumo ISTAT e rispetto ai bilanci familiari di alcune tipologie di consumatori, confronto tra i prezzi e le tariffe dei settori pubblici locali e gli altri prezzi e tariffe regolate a livello nazionale;
- d) Individuazione delle fonti informative, attraverso l'utilizzazioni delle informazioni provenienti da fonti esterne: ISTAT, Amministrazioni statali, CIPE, NARS, Autorità, Camere di Commercio, Confservizi, Comuni , ecc.
- e) Individuazioni del sistema o dei sistemi di pubblicazione delle risultanze dell'indagine.

Le risultanze del monitoraggio saranno utilizzate per integrare le basi di informazioni a disposizione dell' Osservatorio dei prezzi esistente presso il Ministero delle attività produttive.

SCHEDA TECNICA

1- Attività diretta della Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori per la realizzazione di iniziative dirette a promuovere la politica dei consumatori a livello europeo e di un progetto generale di informazione e assistenza al consumatore comprendente, fra l'altro, l'attivazione di un punto di contatto permanente

2- Attività diretta del Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti (CNCU) per la realizzazione di iniziative a vantaggio dei consumatori su temi di attualità comprendenti, tra l'altro, un intervento formativo specialistico rivolto ai rappresentanti delle associazioni dei consumatori, su temi di interesse per il cittadino consumatore

1- Interventi diretti della DGAMTC

Nell'ambito degli interventi la cui realizzazione è affidata alla Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori (DGAMTC) sono state inserite una serie di attività riconducibili sostanzialmente alle seguenti linee:

- a. Interventi diretti a promuovere la politica dei consumatori a livello europeo;
- b. Interventi di informazione e assistenza al consumatore.

Tra i compiti della DGAMTC, così come disciplinati dal DPR n. 175/01, nonché con riferimento alle funzioni svolte dal Ministero delle attività produttive (MAP) secondo il D.Lgs. n.34/04, rilevano qui quelli riferiti alla seguente attività:

- *Promozione degli interessi e dei diritti dei consumatori e connessi rapporti con l'Unione Europea, le regioni e gli enti locali;*

In particolare la Direzione generale ha tra i suoi compiti quello di seguire tutta la fase ascendente e discendente di formazione della normativa comunitaria e conseguente recepimento nazionale in materia di politica dei consumatori, è quindi presente nel gruppo di lavoro del Consiglio UE in materia di politica dei consumatori.

Tra gli interventi finanziati con i fondi Antitrust 2003 (D.M. 26 maggio 2003) particolare successo, anche in relazione al ruolo europeo svolto dall'Italia in materia di tutela dei consumatori, ha avuto il seminario in materia di armonizzazione del mercato e tutela dei consumatori svoltosi a Caserta nel maggio 2004, destinato ai responsabili dei dieci Paesi nuovi entranti nella UE. Il seminario è stata l'occasione per un

confronto tra funzionari di elevato livello dei Paesi nuovi entranti nell'ottica di possibili cooperazioni in materia.

Gli interventi che qui si propongono con riferimento alla prima linea di attività (Interventi diretti a promuovere la politica dei consumatori a livello europeo) rappresentano la continuazione e lo sviluppo delle esperienze già realizzate.

Con riferimento alla seconda linea di attività (Interventi di informazione e assistenza al consumatore) la Direzione generale è responsabile di un capitolo di bilancio destinato alle spese per la sicurezza dei prodotti, per la tutela dei consumatori e per le attività di ricerca e informazione ai consumatori. Tale capitolo, per la parte relativa alle attività di carattere informativo al consumatore (solo una percentuale dell'intero ammontare che nell'anno in corso è stato pari a € 929.622) è stato utilizzato per effettuare una serie di campagne di informazione a tutela dei consumatori, utilizzando soprattutto la forma della distribuzione di opuscoli allegati a riviste (campagna sulla sicurezza dei giocattoli, sugli occhiali da sole, sull'etichettatura dei prodotti). Inoltre nell'ambito delle iniziative a vantaggio dei consumatori realizzate con i fondi Antitrust per la passata annualità (D.M. 26 maggio 2003) è stata stipulata una convenzione con la RAI per una serie di interventi programmati (Televisivi e radiofonici) sulle tematiche di interesse del consumatore. Nell'ambito delle iniziative di informazione realizzate manca un momento di interfaccia dedicato alle tematiche specifiche del singolo consumatore che consenta di dare informazioni selezionate. Anche in questo caso quindi gli interventi proposti rappresentano il naturale sviluppo delle azioni già poste in essere.

Gli obiettivi di carattere generale che, con gli interventi previsti, si vogliono perseguire sono:

- 1) La crescita del confronto in materia di tutela del consumatore tra i diversi livelli di governo responsabili in materia, in particolare nel rapporto tra livello nazionale e Comunitario che ha fatto da impulso in questi anni per lo sviluppo, a livello nazionale, di politiche a tutela dei consumatori.
- 2) La diversificazione delle forme di informazione al consumatore, fino ad arrivare a modalità *one to one*, in cui il cittadino sia realmente assistito (almeno a livello informativo) rispetto alle possibilità di tutela che l'ordinamento, le strutture pubbliche e l'associazionismo offrono.

Nell'ambito degli obiettivi generali descritti si illustrano di seguito alcune delle iniziative che saranno realizzate, che, come cennato, rappresentano la continuazione di attività già poste in essere o il loro naturale sviluppo.

1. Un seminario della durata di 5 giorni destinato ai responsabili della politica di tutela dei consumatori di tutti gli stati membri della UE, organizzato in collaborazione con la Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione;
2. Lo studio di fattibilità ed avvio di un centro di prima assistenza ai cittadini consumatori, il centro, dotato di esperti nelle materie di maggior interesse del cittadino consumatore, dovrebbe essere il primo punto di informazione

relativamente a singole questioni delle quali viene investita la direzione generale da parte dei singoli cittadini.

Gli interventi diretti della DGAMTC hanno quindi una duplice finalità: la prima interna alla Pubblica Amministrazione europea, nazionale e locale finalizzata alla creazione (ponendo in questo l'Italia all'avanguardia a livello europeo) di una nuova funzione delle autorità pubbliche: quella cioè di tutelare i diritti del cittadino nei suoi comportamenti di consumo.

La seconda esterna ed indirizzata soprattutto al compito più importante che la pubblica amministrazione ha nel momento in cui esercita questa nuova funzione: quello cioè di informare il consumatore sui suoi diritti.

I suddetti interventi saranno realizzati attraverso convenzioni con enti ed organismi pubblici che disciplineranno i rapporti tra il Ministero e l'ente attuatore dal punto di vista delle attività da svolgere, delle modalità di trasferimento delle risorse e di rendicontazione delle spese sostenute, nonché dell'effettuazione di verifiche e monitoraggio delle attività stesse e naturalmente del ruolo di indirizzo che nell'esercizio di tali attività il Ministero assume.

Per quanto riguarda il progetto pilota di informazione al consumatore si stipulerà una Convenzione con l'IPI, ente istituzionale di supporto del Ministero.

2- Gli interventi del CNCU

Con riferimento agli interventi che dovranno essere realizzati direttamente dal Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) le iniziative previste sono riconducibili alle seguenti linee di attività:

1. Organizzazione di interventi formativi destinati ai quadri delle associazioni dei consumatori su temi specifici;
2. Organizzazione di una serie di campagne di informazione, convegni e di una conferenza nazionale sul consumo, realizzati nell'ambito di un piano di comunicazione integrato del CNCU.

Gli interventi indicati rientrano tra i compiti istituzionali del Consiglio che, istituito con legge n.281 del 1998, tra l'altro "*promuove studi, ricerche e conferenze sui problemi del consumo, ed elabora programmi per la diffusione di informazioni presso i consumatori e gli utenti*". Con la legge istitutiva è stato previsto un fondo annuale necessario per la realizzazione delle suddette attività promozionali. Tale fondo, sottoposto ad una serie di riduzioni, è pari oggi a 774.000,00 Euro circa.

Gli interventi proposti rappresentano la continuazione e lo sviluppo di attività già poste in essere dal Consiglio sia utilizzando i citati fondi ordinari a disposizione, sia utilizzando i fondi derivanti dalle sanzioni Antitrust nell'annualità 2003 (D.M. 26 maggio 2003).

In particolare, per quanto riguarda la prima linea di attività, in continuità con gli interventi già realizzati in convenzione con alcune università (Università di Roma "La Sapienza", Università della Calabria, Università di Bologna ed Università di Torino), si prevede l'organizzazione di almeno 4 seminari specialistici destinati ai quadri delle associazioni su singole tematiche di interesse delle associazioni.

Per quanto riguarda le iniziative volte alla diffusione delle informazioni ai cittadini è interesse del Consiglio inserire gli interventi nell'ambito di un piano di comunicazione integrato, che selezioni gli strumenti di comunicazione in modo da rendere i programmi di diffusione delle informazioni efficaci. Tra le iniziative previste certamente sarà effettuato un completo restyling del sito ufficiale del Consiglio (www.tuttoconsumatori.it), che rappresenterà anche lo strumento principale di comunicazione utilizzato. Saranno previsti inoltre una serie di incontri tematici prescelti dal Consiglio secondo le priorità che l'attualità definirà, sarà infine organizzata una conferenza nazionale sulle tematiche consumeristiche con l'obiettivo di fare il punto, ai diversi livelli di governo e nei diversi settori, delle politiche a tutela dei consumatori attuate in Italia.

Dal punto di vista operativo relativamente alla prima linea di attività saranno stipulate convenzioni con istituti universitari che organizzeranno i corsi secondo le direttive e sui temi specifici indicati dal Consiglio.

Con riferimento invece alla seconda linea di attività sarà stipulata una convenzione con l'IPI, istituto di supporto del Ministero, che peraltro sarà inserita nell'ambito dell'accordo di programma triennale già stipulato nel 2003 tra IPI e CNCU, per la realizzazione di una serie di interventi promozionali a supporto del Consiglio.