



[home](#) > [acquisti](#) > [tutela consumatori](#) > [Consumers' Forum, verso il decennale: il dialogo](#)

News

Consumers' Forum, verso il decennale: il dialogo

03/11/2009 - 12:36

Silvio Paschi, per anni vicepresidente di Consumers' Forum, ripercorre con Help Consumatori l'evoluzione del rapporto fra aziende e associazioni dei consumatori.



Consumers' Forum compie dieci anni. Un'occasione importante per fare il bilancio sulle **origini** di questa esperienza e sull'evoluzione del rapporto fra aziende e associazioni dei consumatori. Help Consumatori ha intervistato al riguardo Silvio Paschi, per anni vicepresidente di Consumers' Forum.

Perché le aziende hanno deciso dieci anni fa di aderire a Consumers' Forum?

Dieci anni fa, prima di dieci anni fa addirittura, c'è stata una cellula vitale, composta da associazioni di consumatori, da aziende e da associazioni di aziende. Ci sembrava molto importante che al di là di quelle che potevano essere le discussioni negoziali su singoli problemi di consumo, si formasse una cultura comune tra associazioni dei consumatori e coloro che fornivano ai consumatori i servizi e i prodotti. Questo è il motivo. Quando lei parla di aziende, le aziende che allora erano rappresentate e in larga misura anche adesso sono aziende di servizi pubblici mentre le aziende di beni di consumo sono presenti attraverso le loro associazioni di categoria. La logica è che per quanto grande possa essere un'azienda di beni consumo, rappresenta una parte dei consumi materiali, mentre quando parliamo di utilities parliamo di segmenti molto più ampi.

Quali sono stati i momenti più importanti, storicamente parlando, di questo rapporto decennale fra aziende e consumatori?

È stato importantissimo il primo momento quando, da questa intuizione più di dieci anni fa, si è deciso che era giunto il momento di poterlo formalizzare in un'associazione di associazioni. Il decennale celebra proprio questo, è stato un momento molto importante, perché fino ad allora erano solo discorsi uno con uno, o erano discorsi abbastanza generici. Quando alla fine - credo sia questo che abbia fatto scattare la molla per formalizzare la situazione - ci si rese conto da una parte e dall'altra che il condividere informazioni, esperienze, non poteva che fare del bene, questo è stato un momento alto.

In questi ultimi tempi secondo la sua esperienza si è entrati in una fase nuova, di maggiore dialogo, fra aziende e associazioni che rappresentano la tutela dei consumatori?

Il tipo di dialogo di cui si occupa Consumers' Forum è diverso da quello che è il dialogo punto a punto sull'eventuale contenzioso su singole aree. Credo si sia entrati sicuramente in una fase in cui si cerca di toccare problemi generali e di sviscerarli insieme.

Nella dialettica fra imprese e consumatori, quali sono i punti più critici, quelli sui quali è più difficile mettersi d'accordo?

Credo che Consumers' Forum non vada guardato come un tavolo negoziale, quindi i punti su cui può essere difficile mettersi d'accordo riguardano qualcosa che è fuori dalla logica di Consumers' Forum. La logica di Consumers' Forum è quella di promuovere la condivisione dei punti di vista e dell'informazione di base.

Nella mission di Consumers' Forum c'è la promozione e la diffusione della cultura del consumo responsabile: quali sono i passi avanti che sono stati compiuti in questa direzione?

Molti passi avanti sono stati compiuti anche - le darò una risposta paradossale - forzati dalla situazione di crisi: il consumatore è diventato più critico e più responsabile perché la crisi lo ha messo nella condizione di doverlo essere. Lo stesso vale per le aziende. Dopodiché, essendo il processo quello di preparare una cultura comune, questo è stato reso più facile. Detto in altre parole: la crisi avrebbe avuto sicuramente conseguenze più dirompenti se non ci fosse stato a monte il lavoro di parlare dei temi della responsabilità e del consumo responsabile.

Dalla crisi e dall'uscita dalla crisi emergerà un diverso tipo di consumo? Già i consumi stanno cambiando e non solo per esigenze di spesa, perché cambia anche nelle famiglie che se la cavano. Uscendo dalla crisi, ci sarà più attenzione verso la sostenibilità dei consumi, verso la filiera produttiva?

Credo proprio di sì. Nel senso che l'attenzione alla sostenibilità, alla filiera produttiva, una riformulazione della gerarchia di importanza di un consumo rispetto a un altro fa proprio parte di quel momento di sensibilizzazione e di razionalizzazione che non guarda al prezzo come l'unico parametro su cui fare le proprie scelte, ma di volta in volta

qualifica parametri diversi.

Secondo lei quali sono ancora gli obiettivi da raggiungere per Consumers' Forum?

Consumers' Forum è un ente in evoluzione, non ci sarà mai un momento in cui si potrà dire che non c'è più niente da fare. Le sfide continueranno a presentarsi con il mutare degli scenari e con la necessità di allargare la cultura.

di Sabrina Bergamini

2009 - redattore: **BS**

2004 © Consumedia s.c. a r.l. - Roma
P.IVA 08759041000