



## Editoriale

**Lamberto Santini**  
Presidente  
Consumers' Forum

*Cari lettori e lettrici,*

la specificità di Consumers' Forum è quella di mettere insieme il ruolo delle aziende, dei consumatori e delle istituzioni. **Il tema del consumatore interconnesso, affascinoso e concreto, parte dal presupposto che le nuove tecnologie e gli anni di crisi hanno cambiato la natura del consumatore e il suo approccio all'acquisto.** L'interconnessione è dovuta alla diffusione degli smartphone e del *mobile*. Il consumatore è diventato più consapevole anche per la crisi, che ha affinato le sue capacità di acquisto...

▶ [Leggi tutto](#)



**Conciliazioni: riconoscimento presente, prospettive future**

▶ [Leggi tutto](#)



**Agenda Digitale. Obiettivo 2020**

▶ [Leggi tutto](#)



**Lotta alla contraffazione e farmacia digitale. Rischi e opportunità 2.0**

▶ [Leggi tutto](#)

## Eventi

- [Guarda il programma, leggi i materiali, guarda le foto e i video della terza edizione di Consumeeting "Il Consumatore interconnesso", a cura di Consumers' Forum. Roma lunedì 12 ottobre 2015](#)
- [SAVE THE DATE "Authority: quale rapporto con il consumatore nell'era della condivisione?" Roma 19 novembre 2015 - Palazzo Santa Chiara](#)

## In evidenza

- [Leggi le news segnalate da Consumers' Forum](#)

## Ricerche

- [Leggi il VI Report sulle Conciliazioni paritetiche, a cura di Consumers' Forum](#)

## In Agenda

- [Leggi gli appuntamenti che Consumers' Forum ti segnala](#)

SOMMARIO >

Iscriviti ai nostri Social Network:



## Editoriale



**Lamberto Santini**  
Presidente  
Consumers' Forum

La specificità di Consumers' Forum è quella di mettere insieme il ruolo delle aziende, dei consumatori e delle istituzioni. **Il tema del consumatore interconnesso, fascinoso e concreto, parte dal presupposto che le nuove tecnologie e gli anni di crisi hanno cambiato la natura del consumatore e il suo approccio all'acquisto.** L'interconnessione è dovuta alla diffusione degli smartphone e del *mobile*. Il consumatore è diventato più consapevole anche per la crisi, che ha affinato le sue capacità di acquisto.

Questi temi di **Consumeeting 2015** rappresentano la maggior capacità di scambiare informazioni, costruire reti di relazione online e fruire in maniera più veloce di servizi. Basti pensare all'uso dello smartphone per l'affitto di una macchina, per il car sharing e lo scooter sharing.

È importante la capacità di avere reti informative veloci come quella di fare operazioni di credito bancario da casa: è un fatto innovativo che affina il modo di avere rapporti con l'istituto bancario. **Il consumatore interconnesso, poi, deve essere anche sicuro.**

Sono quattro i cluster che abbiamo affrontato quest'anno in Consumeeting: i servizi farmaceutici in una farmacia 2.0, la contraffazione, l'agenda digitale e la banda larga, la conciliazione.

Il quadro di riferimento della tutela del consumatore sarà sempre più europeo. **Sento con preoccupazione le voci che dicono 'meno Europa'.** Nella lettera di Schulz si dice: 'la sua associazione dovrà contribuire allo sviluppo delle politiche consumeriste per migliorare la qualità della vita dei cittadini'.

L'Alto patrocinio del Parlamento europeo alla nostra iniziativa deriva dall'attenzione dell'Europa rispetto a questi temi. Se la regolamentazione europea è forte e tiene conto dei bisogni economici e sociali dei cittadini e della competitività delle imprese, questo permetterà di fare concorrenza in campo europeo e mondiale per valorizzare le potenzialità dell'Europa, che si deve aprire al confronto col mondo e deve garantire i cittadini. **Un'Europa del sociale, della qualità del prodotto, che ritornerà a essere vincente dopo anni di crisi perché ne ha le potenzialità".**

### Eventi

- [Guarda il programma, leggi i materiali, guarda le foto e i video della terza edizione di Consumeeting "Il Consumatore interconnesso", a cura di Consumers' Forum. Roma lunedì 12 ottobre 2015](#)
- [SAVE THE DATE "Authority: quale rapporto con il consumatore nell'era della condivisione?" Roma 19 novembre 2015 - Palazzo Santa Chiara](#)

### In evidenza

- [Leggi le news segnalate da Consumers' Forum](#)

### Ricerche

- [Leggi il VI Report sulle Conciliazioni paritetiche, a cura di Consumers' Forum](#)

### In Agenda

- [Leggi gli appuntamenti che Consumers' Forum ti segnala](#)

### SOMMARIO >

Iscriviti ai nostri Social Network:



## Conciliazioni: riconoscimento presente, prospettive future



Nel panorama delle conciliazioni c'è una novità: è il decreto legislativo 130 del 2015 che ha recepito la direttiva europea 2013/11/UE e che dà un riconoscimento esplicito alle conciliazioni paritetiche, esperienza di eccellenza tutta italiana che ha permesso la risoluzione di tante controversie di consumo. Quale sarà la portata di questo decreto? E quale il futuro delle conciliazioni? Il tema è stato affrontato a Consumeeting in un tavolo dedicato cui hanno preso parte rappresentanti di Consumers' Forum, aziende, istituzioni e associazioni dei consumatori. Un incontro in cui sono stati diffusi anche i dati del sesto rapporto sulle conciliazioni paritetiche realizzato da Consumers' Forum. Il bilancio parla di oltre 21 mila domande di conciliazione arrivate nel 2014, con un aumento del 17% rispetto all'anno precedente. Sono in maggioranza legate alle telecomunicazioni, che contano il 65% delle domande complessive, seguite a distanza da energia e gas (15%) e da tutti gli altri settori. Una percentuale elevata, pari al 77%, riguarda domande complessivamente conciliate. I settori che stentano a decollare sono assicurazioni e servizi bancari e finanziari.

“Quest'anno è stato finalmente raggiunto l'obiettivo del riconoscimento normativo della negoziazione paritetica – scrive il presidente di Consumers' Forum Lamber-

to Santini nel rapporto - La negoziazione si è dimostrata un efficace e valido strumento che, cogliendo l'opportunità fornita dal **decreto legislativo n. 130 del 6 agosto 2015**, va ora rafforzata, rilanciata e sviluppata per mettere a disposizione dei cittadini uno strumento ancora più efficace. Il decreto legislativo 130 delinea uno scenario nel quale interagiscono una varietà di strumenti per la risoluzione delle controversie, da quelli di tipo aggiudicativo ai modelli di tipo facilitativo e negoziabile. L'auspicio è che tutte queste possibili soluzioni alternative alla giustizia ordinaria siano messe nelle condizioni di competere ad armi pari e sarà poi il mercato, ovvero i cittadini, a scegliere quelle più efficaci ed efficienti”.

Alcuni settori si sono dimostrati particolarmente efficaci nelle conciliazioni. È il caso delle telecomunicazioni, dove il sistema è consolidato e dove si contano (insieme al sistema Corecom) oltre 105 mila conciliazioni nel 2014 per un valore di 30 milioni di rimborsi e indennizzi ai consumatori/utenti. Percentuali elevate di accordi raggiunti ci sono nelle tlc, nella telefonia, nei servizi ferroviari. Il decreto 130 dà un riconoscimento alla conciliazione come vera e propria ADR (Risoluzione alternativa delle controversie) e prevede una serie di adeguamenti sui quali Consumeeting si è interrogato. Fra i punti su cui sollevare at-

tenzione, c'è quanto previsto dall'art. 141-ter per il quale l'organismo di risoluzione delle controversie “deve essere dotato di sufficiente autonomia e di un organo paritetico di garanzia privo di collegamenti gerarchici o funzionali con il professionista, deve essere chiaramente separato dagli organismi operativi del professionista ed avere a sua disposizione risorse finanziarie sufficienti, distinte dal bilancio generale del professionista, per lo svolgimento dei suoi compiti”. L'attenzione è alta da parte di tutti. Dice **Pietro Praderi, presidente Lega Consumatori**: “Le associazioni dei consumatori si sono battute per affermare la pluralità di modelli ADR e la pari dignità della conciliazione paritetica. La pluralità dei modelli si riferisce alla pluralità di situazioni. La conciliazione è un modello di ADR che deve puntare sulla qualità e non sulla banalizzazione”. Quello che serve è dunque un ruolo delle associazioni dei consumatori nella gestione delle controversie e allo stesso tempo la capacità di studiare modi per prevenire il contenzioso.

### SOMMARIO >

Iscriviti ai nostri Social Network:



## Agenda Digitale. Obiettivo 2020



tevole impatto anche sulla vita quotidiana di ognuno. “Non si tratta esclusivamente di una questione infrastrutturale”, dichiara **Maria Pia Giovannini, responsabile aree standard regole e guide tecniche e progetti innovativi di AgID**, “la diffusione della banda larga si associa inevitabilmente alla crescita digitale, intesa come opportunità di sviluppo del Paese”.

In particolare, le novità più significative connesse con la digitalizzazione dell'amministrazione pubblica, ossia quelle con le ricadute più consistenti nella vita di tutti i giorni, riguarderanno l'istituzione dell'identità digitale che consentirà, attraverso l'utilizzo di un'unica credenziale, l'accesso a più servizi contemporaneamente. “È prevista inoltre la creazione dell'anagrafe nazionale della popolazione residente, ossia una banca dati alla quale è possibile accedere da qualsiasi posto per ottenere certificazioni oggi disponibili solo recandosi fisicamente presso il comune di residenza”, spiega ancora Giovannini.

“Innovazioni come Identità Digitale sono necessarie e devono essere attuate quanto prima se non si vuole soccombere alla concorrenza degli altri paesi europei”, aggiunge **Anna Pia Sassano di Poste Italiane**, “i servizi che non riusciremo ad offrire noi direttamente, ci saranno ven-

duti dagli altri paesi. L'urgenza dell'intervento è fondamentale”. Essendo però la digitalizzazione anche un fatto “culturale”, occorre che essa “sia resa appetibile al cittadino spingendolo a richiedere quei servizi che possono migliorare e semplificare realmente la sua vita quotidiana. Lo abbiamo già visto, ad esempio, con l'acquisto del biglietto dell'autobus tramite sms: un meccanismo semplicissimo che dal 2012 ad oggi ha erogato più di 7 milioni di ticket”, dice **Sabina Strazzullo, responsabile relazioni istituzionali di Wind**. Naturalmente, un processo di trasformazione di così grande portata non è privo di criticità. “Innanzitutto”, commenta **Ofelia Oliva, segretario nazionale di Adiconsum**, “bisogna far comprendere ai cittadini i vantaggi di questa trasformazione che si sta costruendo a livello Europa/Italia. In secondo luogo, occorre aumentare il clima di fiducia verso il digitale e per farlo occorre intervenire sul piano della sicurezza”.

“Per la prima volta il Governo sta agendo tanto sul lato dell'offerta di servizi digitali, tanto su quello del loro reale utilizzo da parte dei cittadini. Molto però dipende dalla volontà di ciascuno di rendere concreta questa rivoluzione”, conclude **Raffaele Tiscar, vice segretario generale della Presidenza del Consiglio dei Ministri**.

Internet a 30 Megabit per tutti entro il 2020 e 100 Megabit all'85% della popolazione italiana. Sono queste le principali scommesse che il Governo intende vincere nell'ambito degli impegni previsti per l'attuazione dell'Agenda Digitale europea. Un impegno che nel complesso richiederà risorse economiche pari al 12,4 miliardi di euro, di cui quasi 7 a carico esclusivo dello Stato.

Al tavolo dedicato all'argomento all'interno di Consumeeting, si sono confrontati rappresentanti del mondo delle istituzioni, delle imprese e dell'associazionismo consumeristico. La digitalizzazione del Paese, infatti, è un fatto trasversale che riguarda diversi aspetti e comporta un no-

### Eventi

- [Guarda il programma, leggi i materiali, guarda le foto e i video della terza edizione di Consumeeting “Il Consumatore interconnesso”, a cura di Consumers' Forum. Roma lunedì 12 ottobre 2015](#)
- [SAVE THE DATE “Authority: quale rapporto con il consumatore nell'era della condivisione?” Roma 19 novembre 2015 - Palazzo Santa Chiara](#)

### In evidenza

- [Leggi le news segnalate da Consumers' Forum](#)

### Ricerche

- [Leggi il VI Report sulle Conciliazioni paritetiche, a cura di Consumers' Forum](#)

### In Agenda

- [Leggi gli appuntamenti che Consumers' Forum ti segnala](#)

### SOMMARIO >

Iscriviti ai nostri Social Network:



## Lotta alla contraffazione e farmacia digitale. Rischi e opportunità 2.0



**Policy officer European Commission Directorate General Internal Market, Industry, Entrepreneurship**, dipendono dal fatto che complessivamente la catena dei fornitori è particolarmente complessa e il livello di trasparenza e conoscenza dei vari passaggi è tendenzialmente molto basso. Ciò pregiudica l'integrità della catena stessa e la rende vulnerabile alla contraffazione".

Le proposte avanzate per migliorare e tutelare l'integrità della catena e proteggere la proprietà intellettuale seguono tre vie: azioni volontarie rivolte all'adozione di buone prassi in tema di responsabilità aziendale e trasparenza; *best-practices* volontarie sostenute da un quadro normativo di riferimento; norme che obbligano all'adozione di determinati comportamenti. Dall'Europa fanno sapere che "la via più percorribile e che potrebbe dare i risultati migliori in tema di tutela della proprietà intellettuale e lotta alla contraffazione è quella che mescola le buone pratiche aziendali al rispetto di norme di riferimento", spiega ancora Martin. Vale la pena intervenire quanto prima su questo aspetto dal momento che il 39% del Pil europeo è generato da settori produttivi interessati dai diritti di proprietà intellettuale.

Fortunatamente, il processo di digitalizza-

zione in corso permetterà nel breve periodo di trasformare e migliorare alcuni dei servizi di base della nostra vita quotidiana. È il caso della cosiddetta "Farmacia 2.0". Oggi, più mai, le farmacie rappresentano il presidio sanitario più prossimo a cui in cittadino può rivolgersi per avere accesso ad una serie di servizi, secondo quelle che sono le linee di politica sanitaria nazionale e regionale. Il Patto per la salute ha sottolineato il ruolo che le farmacie possono avere nell'ambito della prevenzione e della gestione della cronicità. "Non possiamo fare a meno di prendere in considerazione il quadro demografico all'interno del quale il SSN deve operare", spiega **Rossella Miracapillo, responsabile nazionale Osservatorio farmaci e salute Movimento Consumatori**. "Il progressivo invecchiamento della popolazione implica dover fare i conti con un aumento della cronicità, una riduzione della capacità economica e della capacità di assistenza".

Per contro, il SSN, che per lungo tempo ha vissuto economicamente al di sopra delle sue oggettive possibilità, ha oggi bisogno di ottimizzare le risorse a sua disposizione". Spesso questo significa la chiusura di molti ospedali "di provincia" che lasciano il posto ai grandi centri sanitari, a volte troppo lontani dai paesini dove risiedono la maggior parte degli anziani

italiani. La "farmacia dei servizi" va effettivamente incontro ad esigenze diverse, sia dal lato dell'ottimizzazione delle risorse del SSN, sia dal lato della vicinanza al cittadino. Il Ministero della Salute ha infatti previsto che le farmacie, oltre ad occuparsi dell'erogazione dei farmaci, potranno offrire nuovi servizi come test diagnostici di prima istanza; servizi di telemedicina; prenotazione per via telematica di prestazioni ambulatoriali, ecc.

"È evidente che la tecnologia digitale in tutto questo svolge un ruolo fondamentale", aggiunge **Daniele D'Angelo, direttore generale di Profarma**. "Grazie alle piattaforme informatiche l'attuazione delle novità previste dalla sanità digitale - ricetta elettronica, fascicolo sanitario elettronico, dossier farmaceutico - saranno di più facile attuazione". Tutto questo nell'ottica di offrire ai cittadini un servizio accessibile e soprattutto uguale per tutti su tutto il territorio nazionale", conclude Miracapillo.

La terza edizione di Consumeeting è stata l'occasione per affrontare il tema della contraffazione. In una società sempre più interconnessa, il mercato delle merci taroccate ha trovato nuovi e potenti sbocchi che istituzioni, esperti e associazioni dei consumatori non possono sottovalutare. Il giro d'affari a livello mondiale del mercato delle merci contraffatte ammonta a 1.000-1.300 miliardi di euro e l'Europa è uno dei principali mercati di vendita di prodotti non conformi agli standard produttivi, la cui provenienza principale è la Cina. Ad essere sotto assedio non sono le merci fisiche ma anche la proprietà intellettuale dei brevetti.

"Molte violazioni al diritto di proprietà intellettuale", ha spiegato **Stéphanie Martin**,

### SOMMARIO >

Iscriviti ai nostri Social Network:

