



**CONSIGLIO
DELL'UNIONE EUROPEA**

**Bruxelles, 14 novembre 2011 (21.11)
(OR. en)**

**16795/11
ADD 2**

**CONSUM 176
MI 561
CADREFIN 127
CODEC 2001**

NOTA DI TRASMISSIONE

Origine: Jordi AYET PUIGARNAU, Direttore, per conto del Segretario Generale della Commissione europea

Data: 11 novembre 2011

Destinatario: Uwe CORSEPIUS, Segretario Generale del Consiglio dell'Unione europea

n. doc. Comm.: SEC(2011) 1321 definitivo

Oggetto: DOCUMENTO DI LAVORO DEI SERVIZI DELLA COMMISSIONE
SINTESI DELLA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO
Che accompagna il documento
Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo a un programma per la tutela dei consumatori (2014-2020)

Si trasmette in allegato, per le delegazioni, il documento della Commissione SEC(2011) 1321 definitivo.

All.: SEC(2011) 1321 definitivo



COMMISSIONE EUROPEA

Bruxelles, 9.11.2011
SEC(2011) 1321 definitivo

DOCUMENTO DI LAVORO DEI SERVIZI DELLA COMMISSIONE

SINTESI DELLA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO

che accompagna il documento

**Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio
relativo a un programma per la tutela dei consumatori (2014-2020)**

{COM(2011) 707 definitivo}

{SEC(2011) 1320 definitivo}

Clausola di esclusione di responsabilità

La presente relazione sulla valutazione dell'impatto impegna unicamente i servizi della Commissione che hanno partecipato alla sua elaborazione, funge esclusivamente da base di consultazione e non pregiudica la forma definitiva che assumeranno eventuali decisioni adottate dalla Commissione.

1. DEFINIZIONE DEL PROBLEMA

Il programma per la tutela dei consumatori dopo il 2013 (di seguito il "programma") darà un valido contributo all'applicazione delle iniziative della DG SANCO nel settore della politica dei consumatori dal 2014 in poi. Esso si fonda sui risultati conseguiti grazie all'attuale programma (2007-2013).

Il nuovo programma sosterrà la futura politica dei consumatori che pone i cittadini dell'UE, in qualità di consumatori informati, al centro del mercato unico e integrerà le iniziative focalizzate sul lato dell'offerta.

È necessaria una certa continuità tra i programmi in corso e futuri, conformemente ai risultati della valutazione intermedia del programma e della strategia per il periodo 2007-2013, che sottolinea come la politica sia relativamente recente a livello UE e come la continuità sia fondamentale per garantire l'impatto delle iniziative.

Nel contempo sono emerse nuove sfide sociali, quali la crescente complessità del processo decisionale (eccesso di informazioni, trasferimento di maggiori responsabilità ai consumatori a seguito della liberalizzazione, pubblicità, servizi e prodotti sofisticati), la necessità di adottare modelli di consumo più sostenibili, le opportunità offerte dallo sviluppo della digitalizzazione e i pericoli che essa comporta, l'aumento dell'esclusione sociale e del numero di consumatori vulnerabili e l'invecchiamento della popolazione.

Sono indicati qui di seguito i principali problemi da affrontare attraverso il finanziamento di iniziative nel quadro del nuovo programma.

i) Sicurezza

La differente applicazione della legislazione in materia di sicurezza dei prodotti tra uno Stato membro e l'altro, la presenza nel mercato unico di prodotti non sicuri, i rischi connessi alla globalizzazione della filiera di produzione impongono alle autorità di collaborare in modo più efficace, così da impedire che i prodotti pericolosi possano entrare nel mercato unico, e di garantire l'adozione di iniziative adeguate ogniqualvolta tali prodotti pericolosi facciano la loro comparsa sul mercato. Necessità di valutare la possibilità di sviluppare iniziative nel settore della sicurezza dei servizi. Mancanza di un'adeguata struttura a livello UE che permetta di sfruttare al meglio il cofinanziamento dell'UE.

ii) Educazione e informazione del consumatore

• Monitoraggio dei mercati al consumo sottosviluppati

Mancanza di dati di buona qualità e di una valida analisi sul funzionamento del mercato unico per i consumatori.

- Carenze delle organizzazioni dei consumatori, compresa la mancanza di risorse e di competenze, in particolare nei nuovi Stati membri.

- Mancanza di informazioni trasparenti, comparabili, attendibili e accessibili per i consumatori, in particolare nelle situazioni transnazionali, scarsa conoscenza e comprensione, da parte sia dei consumatori sia dei dettaglianti, dei diritti fondamentali dei consumatori e delle misure di tutela; dubbi sul grado di affidabilità di "scorciatoie" (quali i siti Web di confronto), in particolare nel settore digitale.
- Inadeguatezza degli attuali strumenti di educazione del consumatore nell'UE, in particolare in merito agli sviluppi nel contesto digitale.

iii) Diritti dei consumatori e ricorsi

- Tutela non ottimale dei diritti dei consumatori, in particolare nelle situazioni transnazionali.
- Necessità di un ulteriore miglioramento dell'integrazione degli interessi dei consumatori nelle politiche dell'UE.
- Problemi cui si trovano confrontati i consumatori in sede di ricorso, in particolare in casi transnazionali.

iv) Tutela dei diritti

- Sfruttamento solo parziale delle potenzialità della rete CPC (rete delle autorità nazionali di tutela).
- Scarsa conoscenza da parte dei consumatori della rete ECC (rete dei centri europei dei consumatori), necessità di un rafforzamento della sua efficacia. Oneri amministrativi e mancanza di stabilità dei finanziamenti in relazione all'attuale processo di cofinanziamento.

v) Conclusioni: focalizzazione delle iniziative nel quadro del programma per la tutela dei consumatori

Allorché, come precisato in precedenza, i problemi che la politica dei consumatori deve affrontare sono di varia natura e di vasta portata, la dimensione relativamente limitata del programma per la tutela dei consumatori implica che le iniziative che esso finanzia devono essere mirate su specifici settori in cui l'intervento a livello UE può fare la differenza e aggiungere valore.

I settori selezionati per un intervento sono di tre tipi.

- 1) Iniziative inerenti agli obblighi giuridici imposti dal trattato e dall'acquis dell'UE vigente nell'ambito della tutela dei consumatori:
 - finanziamento della gestione e del corretto funzionamento della rete RAPEX, della rete CPC delle autorità di tutela e delle basi di dati sui prodotti cosmetici.
- 2) Iniziative che non sono o non potrebbero essere adottate a livello nazionale in considerazione del loro carattere europeo:

- assistenza dei consumatori in merito a questioni transnazionali mediante:
 - il cofinanziamento della gestione della rete dei centri europei dei consumatori (ECC), dato che le autorità nazionali o le organizzazioni dei consumatori non sono normalmente in grado di fornire consulenza e assistenza ai consumatori su questioni transnazionali;
 - la promozione e la gestione di una piattaforma di risoluzione online delle controversie, che tratti anche i casi di controversie transnazionali;
- sviluppo della collaborazione con partner internazionali al fine di far fronte all'impatto della globalizzazione della filiera di produzione sulla sicurezza dei prodotti;
- promozione della produzione di dati, comparabili a livello UE, sui mercati al consumo, allo scopo di consentire confronti tra gli Stati membri e di servire da input nel processo di definizione delle politiche a livello UE;
- garanzia della rappresentanza a livello UE degli interessi dei consumatori attraverso il sostegno finanziario alle organizzazioni dei consumatori su scala UE.

3) Iniziative finalizzate a integrare e ad aumentare l'efficacia delle misure adottate a livello nazionale:

- coordinamento e cofinanziamento di iniziative comuni nel settore della sicurezza dei prodotti e della tutela dei diritti dei consumatori ("Sweep");
- promozione, d'intesa con gli Stati membri e con altri soggetti, di campagne di sensibilizzazione su tematiche d'interesse per i consumatori e collaborazione con intermediari al fine di contribuire alla messa a disposizione dei consumatori di informazioni chiare, trasparenti e attendibili;
- sostegno a iniziative di formazione delle organizzazioni nazionali dei consumatori che, se realizzate a livello nazionale, senza economie di scala, risulterebbero molto più costose;
- creazione di una piattaforma finalizzata a consentire lo scambio e la condivisione di buone prassi nel settore dell'educazione dei consumatori.

2. VERIFICA DELLA SUSSIDIARIETÀ E VALORE AGGIUNTO

L'azione dell'UE si fonda sull'articolo 169 e sull'articolo 12 del TFUE.

I beneficiari del programma saranno i consumatori, le autorità nazionali preposte alla tutela dei consumatori e le organizzazioni dei consumatori, nell'ottica del miglioramento della situazione dei consumatori in tutta l'UE. Il programma garantirà un sostegno alle organizzazioni dei consumatori a livello nazionale e dell'UE, nonché

alle autorità nazionali degli Stati membri preposte alla sicurezza dei prodotti e alla tutela dei diritti. Dal programma trarranno beneficio di fatto anche le imprese innovatrici e che godono di buona reputazione, in quanto una politica dei consumatori efficace sostiene il corretto funzionamento del mercato unico. Gli operatori economici avranno inoltre la possibilità di operare in un mercato basato su norme chiare e caratterizzato da un miglior coordinamento. In tale contesto, il programma contribuirà a stimolare la crescita economica.

Il programma sosterrà gli obiettivi della futura politica dei consumatori relativi al lato della domanda del mercato unico.

i) Sicurezza dei prodotti

La gestione del sistema RAPEX da parte della Commissione è uno degli obblighi che le sono imposti dalla direttiva relativa alla sicurezza generale dei prodotti e dal regolamento (CE) n. 765/2008. Se non sostenute finanziariamente, le attività non sarebbero realizzate con la frequenza e al livello necessari per migliorare la collaborazione in tema di sorveglianza del mercato e per garantire un'applicazione più uniforme della legislazione sulla sicurezza dei prodotti.

Un'azione a livello UE e la collaborazione tramite la rete prevista dalla direttiva relativa alla sicurezza generale dei prodotti assicurano risultati migliori rispetto a una serie di singole iniziative condotte dagli Stati membri, in quanto permettono di colmare le carenze di informazione, anche utilizzando le informazioni raccolte da altri paesi (ad esempio, la Cina), ed evitano il crearsi di disparità in seno al mercato unico. Ciò è indispensabile per assicurare eque condizioni di concorrenza per le imprese e assicura un approccio coerente ai rischi posti dai prodotti, offrendo ai consumatori un elevato livello di tutela in tutta l'UE.

ii) Educazione e informazione dei consumatori

- Monitoraggio dei mercati al consumo - Per mettere i consumatori al centro del mercato unico è necessario un ulteriore sviluppo di dati migliori e il monitoraggio del lato della domanda di tale mercato. Soltanto a livello UE si può procedere alla rilevazione di dati comparabili per consentire un'analisi generale del funzionamento del mercato unico e la fissazione di parametri di riferimento. La metodologia armonizzata di classificazione e di registrazione dei reclami dei consumatori contribuirà al perseguimento di tale obiettivo.

In generale i dati sono organizzati in modo tale da essere sufficientemente validi e rappresentativi da essere utilizzati non soltanto a livello UE, ma anche a livello nazionale. I test e le ricerche sui comportamenti inerenti alla politica in questione costituiscono strumenti pratici per lo sviluppo di una regolamentazione più idonea.

- Sostegno alle organizzazioni dei consumatori - Una forte e coerente rappresentanza del movimento dei consumatori a livello UE costituisce un rafforzato input dei consumatori nel processo di definizione delle politiche dell'UE, nelle istituzioni dell'Unione e nei dialoghi intavolati a livello europeo.

Garantisce inoltre il diretto coinvolgimento delle organizzazioni particolarmente deboli dei nuovi Stati membri e assicura il sostegno a tali organizzazioni. Le attività volte a rafforzare le organizzazioni nazionali dei consumatori integrano le iniziative nazionali, determinano economie di scala, promuovono lo sviluppo di reti transnazionali tra i partecipanti, anche a fini di formazione e di revisione.

- Educazione e informazione dei consumatori

Le iniziative di educazione e di informazione dei consumatori dell'UE accrescono le conoscenze dei consumatori e la fiducia nelle operazioni transnazionali, promuovendo in tal modo il completamento del mercato unico. Esse facilitano la condivisione delle migliori prassi tra gli Stati membri e contribuiranno alla creazione di un'unica, coerente e autorevole fonte di informazione/educazione a livello UE.

iii) Diritti dei consumatori e ricorsi

- Assicurazione di un elevato livello di tutela dei consumatori conformemente all'articolo 169 del TFUE.
- L'integrazione degli interessi dei consumatori costituisce un obbligo in virtù dell'articolo 12 del TFUE.
- Ricorsi - Gli studi condotti evidenziano la necessità di un rafforzamento dei mezzi di ricorso a disposizione dei consumatori. In tale contesto la Commissione valuterà iniziative nel settore della risoluzione alternativa delle controversie (ADR) e della risoluzione online delle controversie (ODR).

La risoluzione alternativa delle controversie (ADR) metterà a disposizione dei consumatori e delle imprese in tutta l'UE uno strumento di conciliazione stragiudiziale delle controversie semplice, rapido e poco costoso. Per tutte le controversie saranno disponibili meccanismi di risoluzione alternativa che rispettano i principi chiave in tema di qualità, garantendo parità di trattamento.

L'istituzione di una piattaforma per la risoluzione online delle controversie (ODR) consentirà ai sistemi nazionali di conciliazione alternativa di trattare le controversie transnazionali relative alla vendita online di beni e servizi in maniera più efficace, gestendo in linea l'intera procedura. Il finanziamento di una piattaforma europea permetterà di avere un approccio coordinato e di sfruttare sinergie ed economie di scala che possono derivare soltanto da un'iniziativa a livello UE.

iv) Tutela dei diritti

- La Commissione è incaricata di gestire la rete CPC (rete delle autorità nazionali di tutela). Il relativo regolamento prevede inoltre progetti comuni, iniziative congiunte e lo scambio di funzionari. L'organizzazione di azioni congiunte tra numerosi Stati membri, come le iniziative "Sweep" (cofinanziate dal programma e dagli Stati membri), rappresenta uno strumento efficace a questo riguardo.

- La rete dei centri europei dei consumatori (ECC), cofinanziata dalla Commissione e dagli Stati membri, è una rete europea che fornisce informazioni ai consumatori sui loro diritti allorché effettuano acquisti oltre frontiera e li assiste nel far valere le proprie ragioni nei confronti di un venditore di un altro Stato membro in caso di contenzioso. Le associazioni nazionali dei consumatori non assistono i consumatori nel caso di problemi transnazionali. La rete comprende tutti gli Stati membri e assicura pertanto ai consumatori un sostegno a livello dell'intera UE e promuove i loro diritti.

3. OBIETTIVI DELLA POLITICA

Il programma persegue l'obiettivo generale della futura politica dei consumatori che **pone il consumatore informato al centro del mercato unico**. La politica europea dei consumatori sostiene e integra le politiche nazionali, impegnandosi a garantire che i cittadini dell'UE possano beneficiare pienamente dei vantaggi offerti dal mercato unico e che in tale contesto la loro sicurezza e i loro interessi economici siano debitamente tutelati.

Le iniziative sono finalizzate al conseguimento dei seguenti quattro obiettivi specifici:

- i) Sicurezza: rafforzamento e miglioramento della sicurezza dei prodotti mediante un'efficace sorveglianza del mercato in tutta l'Unione;
- ii) Educazione e informazione: miglioramento dell'educazione e dell'informazione dei consumatori e loro sensibilizzazione sui propri diritti, sviluppo di evidenze per la politica dei consumatori e interventi a sostegno delle organizzazioni dei consumatori;
- iii) Diritti e ricorsi: rafforzamento dei diritti dei consumatori, in particolare tramite iniziative di regolamentazione e il miglioramento dell'accesso a mezzi di ricorso, compresa la risoluzione alternativa delle controversie;
- iv) Tutela dei diritti: promozione della tutela dei diritti dei consumatori mediante il rafforzamento della collaborazione tra gli organismi nazionali competenti e tramite servizi di consulenza ai consumatori.

Tali obiettivi sostengono appieno la strategia Europa 2020 per quanto riguarda la crescita e la competitività. Essi integreranno tematiche specifiche di Europa 2020, quali *agenda del digitale* (garanzia che la digitalizzazione comporti effettivamente un accresciuto benessere per i consumatori), *crescita sostenibile* (adozione di modelli di consumo più sostenibili), *inclusione sociale* (considerazione della situazione specifica dei consumatori vulnerabili e delle necessità di una popolazione in via d'invecchiamento), *regolamentazione intelligente* (monitoraggio dei mercati al consumo per contribuire all'elaborazione di regolamentazioni mirate e intelligenti).

4. OPZIONI

Scenario di base

Lo scenario di base corrisponde all'opzione 1 per le iniziative relative ai 4 obiettivi specifici. In base a tale opzione, la maggior parte delle iniziative realizzate nell'ambito del programma

2007-2013 è mantenuta, pur con qualche aggiustamento. Alcune iniziative sono notevolmente ridimensionate o abbandonate perché non più pertinenti, mentre alcune nuove iniziative sono avviate con obiettivi meno ambiziosi (ad esempio in materia di ricorsi). La dotazione finanziaria è pari o inferiore a quella prevista per l'attuale programma.

Considerati gli effetti dei mutamenti sociali di seguito elencati, l'impatto di iniziative simili a quelle realizzate nel quadro del programma 2007-2013 risulterà ridimensionato o ridotto: crescente globalizzazione della filiera di produzione e crescente importanza dei servizi nel settore della sicurezza; maggiore complessità del processo decisionale; necessità di adottare modelli di consumo più sostenibili; esigenze specifiche dei consumatori vulnerabili e in via di invecchiamento; sviluppo della digitalizzazione, degli intermediari e delle vendite online.

Sebbene sia difficile formulare previsioni per il 2014 e per gli anni successivi, è prevedibile che sia mantenuta l'intensità della pressione esercitata sulle risorse delle amministrazioni nazionali che si occupano di questioni legate alla politica dei consumatori, ad esempio in tema di sorveglianza del mercato e di tutela dei diritti. Le organizzazioni dei consumatori corrono il rischio di un consistente taglio del sostegno finanziario da parte delle autorità nazionali, in particolare nei nuovi Stati membri. In un momento di incertezza economica, i fabbricanti cercano scappatoie e potrebbero far ricorso con maggiore frequenza alla frode, mentre i consumatori tendono ad acquistare prodotti meno cari e sono più esposti a truffe.

Altre opzioni

Nell'esaminare globalmente gli elementi di ciascuno dei quattro obiettivi del programma, le altre opzioni possono essere così sintetizzate:

- l'opzione 0 corrisponde alle iniziative minime da finanziare in virtù degli obblighi giuridici imposti dal trattato e dall'acquis dell'UE vigente nel settore della tutela dei consumatori;
- l'opzione 2 presenta un approccio più ambizioso, in linea con le priorità della Commissione (Europa 2020, Atto per il mercato unico) e la riflessione in corso sul futuro della politica dei consumatori¹; la dotazione finanziaria per questa opzione ammonta a circa 25 milioni di euro l'anno;
- l'opzione 3 richiederebbe un aumento della dotazione finanziaria rispetto al programma attuale per avviare iniziative aggiuntive per alcuni degli elementi del programma quali, ad esempio, lo sviluppo di una base di dati pubblica sulla sicurezza dei prodotti o, per i ricorsi, l'istituzione di un fondo a sostegno del finanziamento di iniziative transnazionali di ricorso.

Con la comunicazione COM(2011)500 del 29.6.2011 sono stati assegnati 175 milioni (a prezzi costanti del 2011) al programma per la tutela dei consumatori per il periodo 2014-2020.

L'opzione 3, che era stata inizialmente considerata, è stata pertanto scartata perché non in linea con tale dotazione.

¹ Riflessione che potrebbe assumere la forma di un'Agenda dei consumatori da pubblicare nel 2012.

5. CONFRONTO TRA LE OPZIONI

La scelta dell'opzione migliore in vista del conseguimento dei quattro obiettivi del programma ha tenuto conto degli elementi di cui in appresso.

L'opzione 0, che implica il mantenimento del livello minimo di intervento imposto dalla legge e l'abbandono di diverse iniziative a livello UE, provocherebbe una riduzione del sostegno dell'UE alla politica dei consumatori e contravverrebbe agli impegni assunti dall'UE in particolare con riguardo alla strategia Europa 2020 e all'Atto per il mercato unico, nonché alle conclusioni della valutazione dell'attuale strategia per la politica dei consumatori e all'attuale programma finanziario. Impedirebbe di garantire un adeguato supporto alla futura politica dei consumatori attualmente in via di preparazione.

L'opzione 1, che comporta una dotazione finanziaria pari o inferiore a quella prevista dall'attuale programma, non consentirebbe di affrontare in maniera soddisfacente le sfide cui si trovano confrontati i consumatori e i responsabili dell'elaborazione della politica dei consumatori nei prossimi anni, mentre l'opzione 3, che comporta un elevato aumento della dotazione finanziaria per la politica dei consumatori, potrebbe rivelarsi irrealistica e comportare ulteriori maggiori spese, eccessive rispetto ai benefici aggiuntivi.

L'opzione 2 (che corrisponde all'opzione 2 per ciascuna delle iniziative) costituisce l'opzione migliore sotto il profilo di un favorevole rapporto costi/benefici. La dotazione finanziaria prevista per questa opzione ammonta a circa 25 milioni di euro l'anno, in linea con gli stanziamenti di bilancio per il programma per la tutela dei consumatori proposti nella comunicazione COM(2011)500 del 29.6.2011. Tale opzione permette di affrontare anche i problemi individuati riguardo alla gestione dei fondi: gli accordi di partenariato, cui si ricorre attualmente per supportare le organizzazioni dei consumatori dell'UE, potrebbero anche essere utilizzati per il cofinanziamento degli ECC; anche la creazione di un organismo di coordinamento a livello UE per la sorveglianza del mercato in relazione alla sicurezza dovrebbe comportare una razionalizzazione del processo di finanziamento in tale settore.

Ogniquale volta fattibile sarà esaminata la possibilità di far ricorso a importi forfettari in modo da ridurre gli oneri amministrativi.

Anche la gestione da parte dell'Agenzia esecutiva per la salute e i consumatori contribuisce alla razionalizzazione delle procedure nella gestione del processo di finanziamento.

La scelta di tale opzione permette al programma di sostenere gli obiettivi della strategia Europa 2020 e della futura politica dei consumatori, focalizzando l'attenzione sulla sicurezza, sull'educazione e sull'informazione, sui diritti dei consumatori e sui ricorsi e sulla tutela dei diritti.

6. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Il programma prevederà una valutazione intermedia e una valutazione ex post.

Anche la valutazione ex post dell'attuale programma (2007-2013) (prevista prima della fine del 2015) fornirà utili elementi per l'attuazione del prossimo programma.

Al fine di monitorare l'applicazione del programma si è provveduto a definire una serie di indicatori per i suoi quattro obiettivi specifici:

Obiettivo 1: Sicurezza – Rafforzamento e miglioramento della sicurezza dei prodotti mediante un'efficace sorveglianza del mercato in tutta l'Unione

Indicatore	Fonte	Situazione attuale	Obiettivo
% di notifiche RAPEX che hanno comportato almeno una reazione (da parte di altri Stati membri)	RAPEX	43% (843 notifiche) nel 2010	Aumento del 10% in 7 anni
Rapporto tra numero di reazioni/numero di notifiche (gravi rischi)*	RAPEX	107,5% nel 2010	Aumento del 15% in 7 anni

** Una notifica comporta normalmente numerose reazioni da parte delle autorità degli altri Stati membri*

Obiettivo 2: Educazione e informazione – Miglioramento dell'educazione e dell'informazione dei consumatori e loro sensibilizzazione sui propri diritti, sviluppo di evidenze per la politica dei consumatori e interventi a sostegno delle organizzazioni dei consumatori

Indicatore	Fonte	Situazione attuale	Obiettivo
Numero di organismi che trasmettono reclami all'ECCRS	ECCRS (sistema europeo di registrazione dei reclami dei consumatori)	n.d.	60% degli organismi competenti in 7 anni
Fiducia nelle operazioni transnazionali - % di consumatori che nutrono uguale fiducia o più fiducia nell'effettuare acquisti via Internet da venditori di un altro paese dell'UE	Eurobarometro consumatori	37% nel 2010	50% in 7 anni

Obiettivo 3: Diritti e ricorsi – Rafforzamento dei diritti dei consumatori, in particolare tramite iniziative di regolamentazione e il miglioramento dell'accesso a mezzi di ricorso, compresa la risoluzione alternativa delle controversie

Indicatore	Fonte	Situazione attuale	Obiettivo
% dei casi di controversie transnazionali per i quali gli ECC hanno fatto ricorso a una risoluzione alternativa delle controversie	Relazione annuale degli ECC	9% nel 2010	50% in 7 anni
Numero di casi di controversie trattati ricorrendo alla piattaforma ODR	Base di dati della piattaforma ODR	17 500 (reclami pervenuti agli ECC in relazione a operazioni di e-commerce) nel 2010	38 500 (+120%) in 7 anni

Obiettivo 4: Tutela dei diritti – Promozione della tutela dei diritti dei consumatori mediante il rafforzamento della collaborazione tra gli organismi nazionali competenti e tramite servizi di consulenza ai consumatori

Indicatore	Fonte	Situazione attuale	Obiettivo
<p>Livello dei flussi di informazione e collaborazione in seno alla rete CPC:</p> <ul style="list-style-type: none"> - numero di richieste di scambi di informazioni tra autorità CPC - numero di richieste di misure di tutela tra autorità CPC - numero di casi di allerta nell'ambito della rete CPC 	Base di dati della rete CPC (CPCS)	<p>Medie annue nel periodo 2007-2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 129 - 142 - 63 	<ul style="list-style-type: none"> - aumento del 40% in 7 anni - aumento del 40% in 7 anni - aumento del 30% in 7 anni
Numero di contatti con i consumatori da parte dei centri europei dei consumatori (ECC)	Relazione ECC	71 000 nel 2010	Aumento del 50% in 7 anni