



**CONSIGLIO  
DELL'UNIONE EUROPEA**

**Bruxelles, 3 ottobre 2012 (05.10)  
(OR. en)**

**14464/12**

**CONSOM 115  
MI 591  
JUSTCIV 293  
ENER 396  
ENV 738  
DATAPROTECT 113  
DENLEG 96  
TRANS 314  
AVIATION 145  
AGRI 637  
EF 216  
ECOFIN 816  
ETS 25**

**NOTA**

---

del: Comitato dei Rappresentanti permanenti  
al: Consiglio

---

Oggetto: Comunicazione della Commissione "Un'agenda europea dei consumatori -  
Stimolare la fiducia e la crescita"  
- *Adozione della risoluzione del Consiglio*

---

1. Il 22 maggio 2012, la Commissione ha sottoposto al Consiglio la comunicazione "Un'agenda europea dei consumatori - Stimolare la fiducia e la crescita".
2. In risposta a tale comunicazione, la presidenza ha presentato un progetto di risoluzione del Consiglio, che è stato esaminato dal Gruppo "Protezione e informazione dei consumatori" del 6 e 28 settembre 2012.

3. Nella riunione del 3 ottobre 2012 il Comitato dei Rappresentanti Permanenti ha convenuto di sottoporre all'adozione del Consiglio il testo figurante nell'allegato della presente nota.
4. Il Consiglio è invitato ad adottare il progetto di risoluzione.

---

**Progetto di risoluzione del Consiglio**

"IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

1. ACCOGLIE CON FAVORE

- a) l'adozione della comunicazione della Commissione del 22 maggio 2012 "Un'agenda europea dei consumatori - Stimolare la fiducia e la crescita"<sup>1</sup>, che contiene i principi della politica dei consumatori nei prossimi anni conformemente a Europa 2020, nonché un elenco di iniziative specifiche da attuare entro il 2014. Tali principi e misure specifiche mirano a dare maggior forza al ruolo dei consumatori, ad accrescere la loro fiducia e a porre il consumatore al centro di tutte le politiche dell'UE.

Tali misure dovrebbero essere finanziate, tra l'altro, dalla proposta di regolamento relativo a un programma per la tutela dei consumatori (2014-2020)<sup>2</sup>, che fa seguito al programma d'azione comunitaria in materia di politica dei consumatori (2007-2013)<sup>3</sup>, nonché dalla proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce il programma "Diritti e cittadinanza" per il periodo 2014-2020<sup>4</sup> e, se del caso, da altri programmi settoriali, senza pregiudicare i negoziati sul futuro quadro finanziario pluriennale (QFP) 2014-2020;

- b) la risoluzione del Parlamento europeo del 15 novembre 2011 su una nuova strategia per la politica dei consumatori;<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> 10420/12 + ADD 1.

<sup>2</sup> 16795/11.

<sup>3</sup> GU L 404 del 30.12.2006, pag. 39.

<sup>4</sup> 17273/11.

<sup>5</sup> P7\_TA-PROV(2011) 0491

## 2. RICORDA

- a) la risoluzione del Parlamento europeo del 20 maggio 2008 sulla strategia per la politica dei consumatori dell'Unione europea 2007-2013<sup>6</sup>;
- b) la comunicazione della Commissione del 3 marzo 2010 dal titolo "Europa 2020 - Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva"<sup>7</sup>;
- c) la comunicazione della Commissione del 19 maggio 2010 "Un'agenda digitale europea"<sup>8</sup> e la necessità di accrescere la fiducia dei consumatori nel mercato unico;
- d) le conclusioni del Consiglio del 30 maggio 2011 sulle priorità per il rilancio del mercato unico<sup>9</sup>, in cui si rileva la necessità di sviluppare un piano d'azione proattivo e orizzontale inteso a eliminare la frammentazione nel mercato unico e a garantire ai consumatori tutti i vantaggi che lo stesso può offrire;
- e) la relazione del Parlamento europeo dell'8 maggio 2012 su una strategia per rafforzare i diritti dei consumatori vulnerabili<sup>10</sup>;

3. RILEVA che nel 2012 la politica dei consumatori dell'Unione compie 40 anni. In occasione del vertice di Parigi dell'ottobre 1972 i capi di Stato o di governo hanno invitato le istituzioni delle Comunità a rafforzare e coordinare le azioni di protezione del consumatore e a presentare un programma. Tale programma è stato approvato da una risoluzione del Consiglio nell'aprile 1975<sup>11</sup>;

---

<sup>6</sup> GU C 279 E del 19.11.2009, pagg. 17–23.

<sup>7</sup> 7110/10.

<sup>8</sup> COM(2010) 245 definitivo.

<sup>9</sup> 10993/11

<sup>10</sup> P7\_TA(2012)0209.

<sup>11</sup> GU C 92 del 25.4.1975, pag. 1.

#### 4. RICONOSCE

- a) che la frammentazione delle parti nazionali del mercato unico e la crescente complessità dei mercati, caratterizzata dalla mondializzazione delle catene di produzione e di distribuzione, dal diffondersi della digitalizzazione e da un eccesso di informazioni ai consumatori, sta cambiando rapidamente le esigenze e le aspettative di questi ultimi. È essenziale, in questo contesto, garantire un elevato livello di protezione dei consumatori e metterli in grado di compiere scelte consapevoli e informate offrendo loro mezzi, conoscenze, abilità e competenze sufficienti, nonché favorire il consumo sostenibile, tenendo conto anche delle esigenze particolari dei gruppi di consumatori più vulnerabili;
- b) che il sondaggio speciale pubblicato nel 2011 sul potenziamento delle responsabilità dei consumatori<sup>12</sup> ha mostrato che un consumatore europeo su quattro non si sente fiducioso e che più di uno su tre non si sente ben informato; che l'edizione di primavera 2012 del quadro di valutazione delle condizioni dei consumatori<sup>13</sup> ha individuato gravi lacune nell'applicazione della legislazione in materia di consumi e di sicurezza dei prodotti nell'Unione ;
- c) che la fiducia dei consumatori assume particolare importanza nell'attuale congiuntura economica;
- d) che è importante proseguire il miglioramento della legislazione sulla protezione dei consumatori a livello dell'Unione, sia per i consumatori che per le imprese;
- e) che occorre rafforzare ulteriormente la cooperazione amministrativa tra le autorità nazionali;
- f) che occorre riconoscere il ruolo vitale delle organizzazioni dei consumatori e, se del caso, sostenerle, in considerazione del loro compito fondamentale di assistenza ai consumatori e di difesa dei loro interessi;
- g) che l'agenda europea dei consumatori 2012-2020 richiederà un impegno costante sia a livello dell'Unione che degli Stati membri;
- h) che i consumatori e i commercianti sono tuttora spesso confinati entro le frontiere nazionali a causa degli ostacoli ingiustificati o sproporzionati che permangono e che impediscono loro di fare acquisti o vendere all'estero, online od offline;

---

<sup>12</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_empowerment/docs/report\\_eurobarometer\\_342\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_empowerment/docs/report_eurobarometer_342_en.pdf)

<sup>13</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_research/editions/docs/7th\\_edition\\_scoreboard\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/docs/7th_edition_scoreboard_en.pdf)

- i) che, pertanto, gli obiettivi generali della strategia europea per i consumatori 2007-2013 – consentire ai cittadini di acquistare da qualsiasi paese dell'UE, dal negozio all'angolo al sito web, fiduciosi nel fatto di poter godere ovunque di una tutela uniformemente efficace, e permettere a tutti i dettaglianti di vendere ovunque sulla base di un'unica e semplice serie di regole - non sono stati ancora pienamente raggiunti;
- j) che l'applicazione delle norme rappresenta una priorità sia per i consumatori che per le imprese e richiede una ripartizione adeguata delle risorse a livello nazionale e di Unione. L'applicazione delle norme è essenziale non solo per accrescere la fiducia dei consumatori nell'efficacia dei loro diritti, ma anche per salvaguardare la parità di condizioni tra le imprese che operano legalmente e garantire che i concorrenti che non rispettano i diritti dei consumatori non godano di vantaggi sleali;
- k) che i consumatori dovrebbero avere accesso a meccanismi di ricorso adeguati;
- l) che l'Unione e gli Stati membri dovrebbero destinare le risorse necessarie allo sviluppo di un mercato unico che soddisfi realmente le esigenze dei consumatori, inclusi i gruppi vulnerabili, per tener conto del potenziale rappresentato dalla spesa per i consumi, che equivale attualmente al 56% del PIL dell'UE, quale importante fonte di crescita. Il programma per la tutela dei consumatori 2014-2020 dovrebbe fungere da catalizzatore dal 2014 in poi, integrato da altri programmi dell'Unione volti a sostenere la politica dei consumatori secondo necessità, specie in settori specifici (e con riguardo al sostegno alle imprese);
- m) che l'agenda europea dei consumatori costituisce un importante contributo alla strategia Europa 2020, è coerente con gli elementi di tale strategia e integra altre iniziative, quali la relazione sulla cittadinanza dell'Unione dell'ottobre 2010<sup>14</sup>, l'Atto per il mercato unico dell'aprile 2011<sup>15</sup>, l'Agenda digitale europea del maggio 2010<sup>16</sup>, la comunicazione sul commercio elettronico del gennaio 2012<sup>17</sup> e la tabella di marcia verso un'Europa efficiente nell'impiego delle risorse del settembre 2011<sup>18</sup>;

---

<sup>14</sup> 15936/10.

<sup>15</sup> 9283/11.

<sup>16</sup> 9981/10.

<sup>17</sup> 5494/12.

<sup>18</sup> 14632/11.

## 5. APPROVA

- a) la visione proposta dalla Commissione per la politica dei consumatori negli anni a venire, in particolare la natura globale dell'approccio adottato dall'agenda europea dei consumatori che si impernia su quattro grandi obiettivi, e nella prospettiva dell'obiettivo generale di creare un mercato unico senza frontiere per i consumatori e le imprese:
- rafforzare la sicurezza di beni, servizi e alimenti per i consumatori, consolidare il quadro normativo e rendere più efficiente la vigilanza del mercato;
  - migliorare le conoscenze fornendo ai consumatori un'informazione e un'educazione mirate e sostenendo in modo efficace le organizzazioni dei consumatori;
  - migliorare l'applicazione delle norme e garantire i mezzi di ricorso rafforzando il ruolo delle reti di tutela dei consumatori e
  - allineare i diritti e le principali politiche all'evoluzione dell'economia e della società, adattando fra l'altro il diritto dei consumatori all'era digitale;
- b) la necessità di integrare sistematicamente gli interessi dei consumatori nell'elaborazione e nell'attuazione delle politiche settoriali che rivestono un'importanza fondamentale per i consumatori, in particolare, nei settori della catena alimentare, dell'energia, dei viaggi e dei trasporti, dei prodotti sostenibili e dei servizi digitali e finanziari;
- c) la stesura di un elenco ambizioso di azioni da attuarsi entro il 2014, come indicato nell'agenda europea dei consumatori;
- d) il monitoraggio dei progressi compiuti nella realizzazione degli obiettivi dell'agenda europea dei consumatori, anche attraverso la relazione della Commissione sulla politica dei consumatori;
- e) la necessità di concentrarsi sull'eliminazione degli ostacoli ingiustificati e sproporzionati che rendono più difficili e costose le transazioni transfrontaliere tra imprese e consumatori, incluso il commercio elettronico, e la necessità di rafforzare la fiducia dei consumatori nelle transazioni elettroniche transfrontaliere;

6. ATTIRA L'ATTENZIONE dei capi di Stato e di governo
    - a) sull'importanza che riveste l'agenda europea dei consumatori quale contributo alla strategia Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva;
    - b) sulla necessità di adottare ulteriori misure per creare un mercato unico senza frontiere per i mercati al dettaglio per i consumatori, incluso il commercio elettronico, avvalendosi di tutti i mezzi e gli strumenti appropriati;
  
  7. INVITA la Commissione e gli Stati membri a collaborare efficacemente al fine di assicurare la celere attuazione dell'agenda.
-