



Consiglio
dell'Unione europea

**Bruxelles, 12 aprile 2018
(OR. en)**

7875/18

**CONSOM 100
MI 245
ENT 64
JUSTCIV 84
DENLEG 27
CODEC 521
IA 91**

NOTA DI TRASMISSIONE

Origine:	Jordi AYET PUIGARNAU, Direttore, per conto del Segretario Generale della Commissione europea
Data:	12 aprile 2018
Destinatario:	Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, Segretario Generale del Consiglio dell'Unione europea
n. doc. Comm.:	COM(2018) 183 final
Oggetto:	COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO E AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO Un "New Deal" per i consumatori

Si trasmette in allegato, per le delegazioni, il documento COM(2018) 183 final.

All.: COM(2018) 183 final



Bruxelles, 11.4.2018
COM(2018) 183 final

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL
CONSIGLIO E AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO**

Un "New Deal" per i consumatori

1. INTRODUZIONE

1.1. Creare un mercato unico equo per consumatori e imprese

Dal 1987 l'UE applica le norme più rigorose al mondo in materia di protezione dei consumatori, avendo posto in essere un ampio ventaglio di diritti dei consumatori ad oggi applicabili. La spesa al consumo rappresenta il 56% del PIL dell'UE¹. Un ambiente sano per i consumi è un fattore chiave per la crescita economica².

I diritti posti in essere dall'UE a favore dei consumatori offrono prevedibilità e sicurezza ai cittadini e alle imprese e comprendono il diritto a prodotti sicuri, il diritto di restituire un prodotto acquistato online entro 14 giorni e il diritto di far riparare o sostituire un prodotto entro un periodo di garanzia. Questi sono solo alcuni dei diritti tangibili che fanno la differenza nella vita quotidiana delle persone.

La politica europea dei consumatori ha apportato benefici concreti attraverso importanti atti legislativi che disciplinano i diritti dei passeggeri, i diritti dei consumatori, le pratiche commerciali sleali e le clausole contrattuali abusive. Ciò ha assicurato sia ai cittadini sia alle imprese europei un livello elevato di protezione e di certezza, ma il mercato sta cambiando rapidamente.

Per fare leva su questo successo e per affrontare le sfide del nuovo mercato in evoluzione, il presidente Juncker ha riorganizzato la Commissione in modo da attribuire un ruolo di maggiore spicco alla politica dei consumatori³. Dall'inizio del suo mandato nel 2014 questa Commissione ha presentato oltre l'80% delle proposte necessarie per affrontare i dieci settori prioritari enunciati negli orientamenti politici del presidente Juncker⁴. Gli interessi dei consumatori sono un tema centrale di alcune iniziative della Commissione, tra cui: la strategia per il mercato unico digitale, da cui è scaturita una normativa che pone fine alle tariffe eccessive per le telefonate e il traffico dati in roaming con effetto dal 15 giugno 2017⁵; il divieto dei blocchi geografici ingiustificati in maniera tale che i consumatori possano accedere a prodotti o servizi, o acquistarli, da un sito web situato in un altro Stato membro a partire dal 3 dicembre 2018⁶; la garanzia della portabilità transfrontaliera dei servizi di contenuti online con decorrenza dal 1° aprile 2018⁷. Nell'ambito della politica sull'unione energetica e sul clima, è stato raggiunto un accordo sulle proposte della Commissione di rafforzare i diritti dei consumatori nel mercato dell'energia⁸, nonché su una nuova prova del

¹ Eurostat, PIL e principali componenti (produzione, spesa e reddito) [nama_10_gdp], P31_S14_S15. Spesa per consumi finali delle famiglie e delle istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie.

² I dati dei quadri di valutazione dei consumatori della Commissione mostrano una relazione costantemente positiva tra le condizioni per i consumatori e la situazione economica in diversi Stati membri.

³ Comunicato stampa, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-984_it.htm

⁴ Programma di lavoro della Commissione 2018, https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/cwp_2018_it.pdf; https://ec.europa.eu/commission/publications/president-junckers-political-guidelines_it.

⁵ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/end-roaming-charges-travellers-european-union>.

⁶ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/eu-negotiators-agreed-end-unjustified-geoblocking>.

⁷ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/cross-border-portability-online-content-services>.

⁸ Per esempio, comunicazione su un "new deal" per i consumatori di energia, COM(2015) 339 final, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/it/TXT/?uri=CELEX:52015DC0339>; proposta di direttiva relativa a norme comuni per il mercato interno dell'energia (rifusione), COM(2016) 864 final, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2016:0864:FIN>.

consumo di carburante per le autovetture⁹. Il 1° luglio 2018 entreranno anche in vigore norme modernizzate sui pacchetti vacanze¹⁰.

Inoltre, sono in corso trattative tra il Parlamento europeo, il Consiglio e la Commissione in merito a proposte sui contratti digitali, che costituiscono un elemento centrale della strategia per il mercato unico digitale volta a modernizzare le regole applicabili ai contratti stipulati con i consumatori per la fornitura di contenuto digitale¹¹ e la vendita di beni¹². Tenuto conto dell'importanza che rivestono tali proposte nel conferire ai consumatori diritti chiari ed efficaci quando accedono ai contenuti digitali e nel garantire che consumatori e imprese possano fare affidamento su norme uniformi ed efficaci in tutta Europa, la Commissione invita il Parlamento europeo e il Consiglio ad assicurare la rapida adozione di tali proposte, che sono poste in evidenza nella dichiarazione comune sulle priorità legislative concordata dai presidenti di tutte e tre le istituzioni.

Sono state presentate anche altre proposte della Commissione intese a contribuire a un livello elevato di protezione dei consumatori. In particolare, la proposta di direttiva sulla parità di trattamento del 2008, che, tra l'altro, mira a garantire parità di accesso a beni e servizi indipendentemente dalla religione o le convinzioni personali, la disabilità, l'età o l'orientamento sessuale, potrebbe avere un impatto significativo¹³. Inoltre, l'atto europeo sull'accessibilità, proposto dalla Commissione nel 2015, renderà più accessibile per i consumatori disabili un'ampia gamma di prodotti e servizi¹⁴. La Commissione invita il Parlamento europeo e il Consiglio a raggiungere rapidamente un accordo su questa importante proposta e, una volta adottata, intende presentare una proposta volta a includere l'atto legislativo sull'accessibilità nell'ambito di applicazione della proposta di direttiva relativa alle azioni rappresentative¹⁵.

In seguito al lavoro della Commissione, le condizioni per i consumatori sono migliorate in tutta l'UE¹⁶ e le imprese hanno beneficiato di misure di attuazione centralizzate per determinate problematiche (ad esempio, acquisti in-app nei giochi online, noleggio di auto o contenuti illeciti sulle piattaforme dei social media¹⁷).

⁹ https://ec.europa.eu/growth/sectors/automotive/environment-protection/emissions_it;

https://ec.europa.eu/clima/sites/clima/files/transport/vehicles/cars/docs/faq_wltp_correlation_en.pdf.

¹⁰ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/travel-and-timeshare-law/package-travel-directive_it.

¹¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?qid=1450431933547&uri=CELEX:52015PC0634>.

¹² <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=COM%3A2017%3A637%3AFIN>.

¹³ Salvare l'elemento Proposta di direttiva del Consiglio recante applicazione del principio di parità di trattamento fra le persone indipendentemente dalla religione o le convinzioni personali, la disabilità, l'età o l'orientamento sessuale, COM(2008) 0426 final del 2.7.2008: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A52008PC0426>.

¹⁴ Salvare l'elemento Proposta di DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri relative ai requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi, COM(2015) 615 final del 2.12.2015, 2015/0278(COD), <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1202&langId=it>.

¹⁵ Cfr. *infra*, alla fine della sezione 1.2.

¹⁶ http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=117250.

¹⁷ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/coordinated-enforcement_en; http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-761_it.htm.

Ma le sfide della politica dei consumatori rimangono. Recenti pratiche abusive su vasta scala che colpiscono i consumatori in tutta l'UE hanno minato la fiducia dei consumatori nel mercato unico. Tali eventi su vasta scala comprendono lo scandalo del “Dieselgate” (nel cui caso alcuni costruttori di automobili avevano installato dispositivi tecnologici nelle auto per alterarne le prove di emissione) e l'utilizzo diffuso da parte delle banche di clausole contrattuali abusive nei contratti ipotecari¹⁸. Tali eventi hanno anche innescato un dibattito in merito all'esistenza, in seno all'UE, di meccanismi sufficientemente forti per gestire tali problematiche, in particolare per applicare efficacemente le norme in materia di protezione dei consumatori e fornire possibilità di ricorso ai consumatori danneggiati. Inoltre, in alcuni Stati membri è emersa quale fonte di preoccupazione anche la problematica della diversa composizione o delle diverse caratteristiche degli stessi prodotti venduti in parti differenti del mercato unico.

L'esigenza di modernizzare alcune norme in materia di protezione dei consumatori e di rafforzare il livello di conformità è stata confermata da una valutazione su vasta scala di tali norme, realizzata dalla Commissione nel 2017 (“vaglio di adeguatezza” REFIT¹⁹, valutazione della direttiva sui diritti dei consumatori²⁰). La valutazione ha concluso che le norme UE in materia di protezione dei consumatori hanno contribuito al funzionamento del mercato unico, assicurando un livello elevato di protezione dei consumatori; esse risultano, nel complesso, adeguate allo scopo, ma devono essere meglio applicate e osservate. La valutazione ha inoltre individuato ambiti in cui il diritto del consumo UE potrebbe essere aggiornato e migliorato.

La relazione sulla raccomandazione della Commissione relativa ai meccanismi di ricorso collettivo, adottata a gennaio 2018²¹, sostiene le risultanze della valutazione 2017, concludendo che i meccanismi di ricorso individuale esistenti non sono sufficienti nelle “situazioni di danno collettivo” che interessano un gran numero di consumatori nell'UE.

Tali conclusioni non possono essere ignorate. L'UE deve trovare risposte alle nuove sfide della politica dei consumatori, garantendo nel contempo un mercato unico equo per i consumatori e le imprese.

¹⁸ In tale contesto, la direttiva 2014/17/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 4 febbraio 2014, in merito ai contratti di credito ai consumatori relativi a beni immobili residenziali e recante modifica delle direttive 2008/48/CE e 2013/36/UE e del regolamento (UE) n. 1093/2010 è applicabile ai contratti ipotecari stipulati a decorrere dal 21 marzo 2016. Fra gli altri aspetti, essa prevede che gli istituti di credito forniscano ai consumatori informazioni chiare e dettagliate sulle condizioni di finanziamento e concede ai consumatori il diritto di rimborsare anticipatamente il credito rispetto a quanto stabilito nel contratto. Per maggiori informazioni: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/consumer-finance-and-payments/consumer-financial-services/credit/mortgage-credit_en.

¹⁹ Documento di lavoro dei servizi della Commissione – *Report on the Fitness Check of EU consumer and marketing law*, SWD(2017)209 del 23.5.2017, realizzato nel quadro del programma della Commissione di controllo dell'adeguatezza e dell'efficacia della regolamentazione (REFIT).

²⁰ Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'applicazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, COM(2017)259 del 23.5.2017; documento di lavoro dei servizi della Commissione – *Evaluation of the Consumer Rights Directive*, SWD(2017)169 del 23.5.2017.

²¹ Relazione sull'applicazione della raccomandazione del 2013 relativa al ricorso collettivo, COM(2018)40 del 25.1.2018.

1.2 Completare il “New Deal per i consumatori”

Il pacchetto di misure presentato all’interno di questa comunicazione e unitamente ad essa si propone di affrontare tali sfide e completa quindi la realizzazione del “New Deal per i consumatori” promesso dal presidente Juncker, garantendo un mercato unico equo per i consumatori e le imprese negli anni a venire.

Una migliore applicazione delle norme, strumenti efficaci di ricorso e una migliore conoscenza dei diritti dei consumatori accresceranno la fiducia e la sicurezza dei consumatori. Ciò gioverà all’economia europea, vista l’importanza della spesa al consumo nel mantenere un modello economico sostenibile.

Il “New Deal per i consumatori” prende le mosse dal quadro esistente della politica dei consumatori e compie un passo in avanti proponendo norme moderne e adeguate ai mutevoli mercati e prassi commerciali di oggi, strumenti giuridici più efficaci a livello pubblico e privato e migliori possibilità di ricorso.

Nella pratica, il “New Deal per i consumatori” intende:

- modernizzare le norme esistenti e colmare le lacune nell’attuale *acquis* dei consumatori;
- fornire migliori possibilità di ricorso per i consumatori e sostenere un’applicazione efficace e una maggiore cooperazione delle autorità pubbliche in un mercato unico equo e sicuro;
- rafforzare la cooperazione con paesi partner al di fuori dell’UE;
- garantire parità di trattamento dei consumatori nel mercato unico e assicurare che le autorità nazionali competenti siano abilitate ad affrontare qualsiasi problema legato alle “differenze di qualità” dei prodotti di consumo;
- migliorare la comunicazione e lo sviluppo di capacità al fine di sensibilizzare i consumatori in merito ai loro diritti e di aiutare i professionisti, specie le piccole e medie imprese, ad assolvere più facilmente ai propri obblighi;
- prendere in considerazione le sfide future per la politica dei consumatori in un ambiente economico e tecnologico in rapida evoluzione.

Per realizzare tali obiettivi, il “New Deal per i consumatori” propone modifiche al quadro legislativo affiancate da una serie di azioni non legislative, come indicato nella presente comunicazione. Il pacchetto legislativo è composto dai due strumenti seguenti:

- proposta di direttiva che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio, la direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell’UE relative alla protezione dei consumatori²²;

²² COM(2018) 185.

- proposta di direttiva relativa alle azioni rappresentative a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e che abroga la direttiva 2009/22/CE. Tale proposta intende agevolare il ricorso per i consumatori nei casi in cui questi ultimi siano vittime della medesima violazione in una cosiddetta situazione di danno collettivo²³.

2. MODERNIZZARE L'ACQUIS DEI CONSUMATORI

Dalle prove raccolte dalla Commissione emerge che alcune norme per la protezione dei consumatori devono essere modernizzate per rispondere alle sfide attuali. L'obiettivo del "New Deal per i consumatori" è realizzare tale modernizzazione attraverso le seguenti misure:

- **Nuovi strumenti per i consumatori – azioni individuali di riparazione.** I consumatori devono avere diritto di chiedere una riparazione individuale (ad esempio, un risarcimento dei danni) nel caso in cui siano danneggiati da pratiche commerciali sleali. Oggigiorno il diritto UE non fornisce mezzi chiari e sufficienti per eliminare gli effetti negativi di simili pratiche. Ad esempio, se scoppiasse un nuovo scandalo di tipo "Dieselgate", i consumatori disporrebbero di mezzi di tutela contro la pubblicità ingannevole.
- **Maggiore trasparenza per i consumatori nei mercati online.** Oggi, quando i consumatori visitano un mercato online²⁴, non sempre sanno da chi stanno comprando (se da un operatore professionale o da un altro consumatore). Molti consumatori hanno l'impressione di acquistare dal mercato online e stipulano pertanto un contratto con tale piattaforma. In realtà, il più delle volte acquistano da un fornitore terzo registrato sul mercato online. Di conseguenza, i consumatori potrebbero pensare erroneamente di avere a che fare con un operatore professionale (e di beneficiare quindi dei diritti dei consumatori²⁵). Tale confusione può causare problemi se qualcosa va storto con un acquisto online, in quanto non è sempre facile stabilire chi sia responsabile di eventuali difetti. Ciò riduce la possibilità di ottenere riparazione.

Le nuove norme proposte imporranno ai mercati online di informare chiaramente i consumatori in merito all'identità della parte con la quale stanno stipulando un contratto (si tratta di un operatore professionale o di un privato?). La Commissione propone inoltre di precisare che tutte le piattaforme online devono distinguere chiaramente tra i risultati di ricerca basati sui pagamenti ricevuti da altri operatori e i risultati "naturali" e i mercati online dovrebbero dare informazioni sui principali parametri che determinano il posizionamento delle offerte²⁶. Ciò aumenterà la trasparenza nei mercati online.

²³ COM(2018) 184.

²⁴ Un mercato online è una tipologia di sito di e-commerce in cui parti terze multiple forniscono informazioni su prodotti o servizi.

²⁵ Un consumatore che acquista da un operatore professionale beneficia di diritti dei consumatori, diversamente da un consumatore che acquista da un altro soggetto privato.

²⁶ Sulla base degli orientamenti della Commissione sull'attuazione/applicazione della direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali, SWD(2016) 163 final del 25.5.2016 (sezione 5.2.6), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>.

- **Estendere la protezione dei consumatori ai “servizi gratuiti”.** Un'altra lacuna nella protezione dei consumatori emerge nei servizi digitali “gratuiti” per i quali i consumatori forniscono i propri dati personali anziché corrispondere somme di denaro. Tali servizi “gratuiti” includono l'archiviazione cloud, i social media e gli account di posta elettronica. Visto il crescente valore economico dei dati personali, tali servizi non possono essere considerati semplicemente “gratuiti”. I consumatori devono pertanto godere degli stessi diritti a un'informativa pre-contrattuale e all'annullamento del contratto entro un periodo “di riflessione” di 14 giorni, indipendentemente dal fatto che paghino il servizio in denaro o fornendo dati personali.
- **Rimuovere gli oneri per le imprese.** È provato che il diritto UE del consumo comporta costi di conformità mediamente bassi per le imprese. Tuttavia, in alcuni ambiti, determinate disposizioni sono divenute obsolete a causa del progresso tecnologico o implicano costi non necessari per le imprese. Il “New Deal per i consumatori” propone di rimuovere gli oneri eccessivi per le imprese, ad esempio nel campo della comunicazione con i consumatori. I professionisti devono disporre di maggiore flessibilità nella scelta dei mezzi di comunicazione più appropriati con i consumatori. Inoltre devono essere in grado di utilizzare i nuovi mezzi di comunicazione online, come i moduli web o le chat, invece dell'indirizzo di posta elettronica, a condizione che il consumatore possa tenere traccia della comunicazione con il professionista.

Sebbene il diritto di recesso sia fondamentale per i consumatori e per la fiducia nel commercio online, la Commissione propone anche di rimuovere alcuni oneri a carico dei professionisti legati al diritto di recesso da “contratti a distanza” e “contratti negoziati fuori dei locali commerciali”. Nei casi in cui un consumatore abbia utilizzato un bene ordinato invece di limitarsi a provarlo come avrebbe fatto in un negozio tradizionale, il consumatore non dovrebbe più avere il diritto di annullare il contratto. Ciò ridurrà gli oneri sostenuti dai professionisti per la gestione dei resi di beni usati.

3. MIGLIORE RICORSO PER I CONSUMATORI, APPLICAZIONE EFFICACE E MAGGIORE COOPERAZIONE DELLE AUTORITÀ PUBBLICHE IN UN MERCATO UNICO EQUO E SICURO

Le norme sono efficaci soltanto se permettono ai consumatori di esercitare facilmente il ricorso in caso di violazione e se sono applicate dalle autorità nazionali. Ecco perché il “New Deal per i consumatori” include proposte relative a migliori possibilità di ricorso per i consumatori e a un'applicazione più efficace delle norme sui consumatori esistenti.

3.1 Migliore ricorso per i consumatori

Il “New Deal per i consumatori” assicurerà ai consumatori un migliore accesso al ricorso attraverso:

- **Lo sfruttamento del pieno potenziale dei decreti ingiuntivi al fine di garantire ai consumatori il ricorso nelle “situazioni di danno collettivo”.** Nelle situazioni di danno collettivo, i consumatori devono avere la possibilità di far valere i propri diritti non solo individualmente, ma anche attraverso un ricorso collettivo. Ad esempio, in un

nuovo caso “Dieselgate”, le vittime delle pratiche commerciali sleali potrebbero ottenere riparazione collettivamente attraverso un’azione rappresentativa.

Con il “New Deal per i consumatori”, la Commissione propone un sistema modernizzato di azioni in rappresentanza, prendendo le mosse dalla direttiva relativa a provvedimenti inibitori²⁷. Tale sistema consente a enti legittimati senza scopo di lucro, come le associazioni dei consumatori o enti pubblici indipendenti, di difendere gli interessi collettivi dei consumatori nel caso di danno collettivo. Ciò aiuterà i singoli consumatori a tutelare i propri diritti e sarà utile soprattutto per i consumatori che per varie ragioni sono scoraggiati dall’avviare contenziosi individuali. Il sistema avrà garanzie intrinseche, come la limitazione della possibilità di intentare azioni nei confronti di entità che soddisfano determinati criteri e la pretesa di trasparenza in merito alle relative fonti di finanziamento. Manterrà così il necessario equilibrio tra l’accesso alla giustizia e la prevenzione di possibili abusi, con un approccio distinto, diverso dal modello di contenzioso in stile statunitense.

- **Rafforzare gli strumenti esistenti per i consumatori – risoluzione alternativa delle controversie e risoluzione delle controversie online.** Grazie alla risoluzione alternativa delle controversie²⁸ e alla risoluzione delle controversie online²⁹, i consumatori hanno accesso a procedure semplici, rapide ed eque per risolvere le controversie nazionali e transfrontaliere con i professionisti senza bisogno di adire le vie legali. Il quadro di risoluzione alternativa delle controversie e di risoluzione delle controversie online incentiva inoltre i professionisti a sviluppare sistemi efficaci di assistenza clienti³⁰.

La Commissione continuerà a rendere tale quadro più efficace, promuovendo l’adozione da parte dei professionisti e instaurando un dialogo tra gli operatori pertinenti³¹. Uno degli obiettivi consisterà nel garantire che i consumatori possano trovare e utilizzare facilmente questi strumenti per la risoluzione delle controversie.

²⁷ Direttiva 2009/22/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 aprile 2009, relativa a provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori (GU L 110 del 1.5.2009, pag. 30).

²⁸ Direttiva 2013/11/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2013, sulla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE (Direttiva sull’ADR per i consumatori) (GU L 165 del 18.6.2013, pag. 63).

²⁹ Regolamento (UE) n. 524/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2013, relativo alla risoluzione delle controversie online dei consumatori e che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE (regolamento sull’ODR per i consumatori) (GU L 165, 18.6.2013, pag. 1).

³⁰ L’11 novembre 2017, la Commissione ha ospitato a Berlino un evento per il lancio di “TRAVEL-NET”, una rete di 15 organismi ADR di 11 Stati membri che si occupano di controversie in materia di consumo nel settore dei viaggi/del trasporto di passeggeri. Tra i partecipanti all’evento figuravano rappresentanti delle principali imprese di trasporto passeggeri. Il 13 dicembre 2017, la Commissione ha ospitato una tavola rotonda con i principali leader del settore della vendita al dettaglio di abbigliamento e calzature. A dicembre 2017, la Commissione ha inoltre avviato una campagna di comunicazione ADR/ODR rivolta ai consumatori.

³¹ Nel primo semestre del 2018 la Commissione avvierà una campagna di comunicazione ADR/ODR volta ad aumentare il coinvolgimento dei professionisti nelle procedure ADR e sulla piattaforma ODR. L’11 e il 12 giugno 2018, la Commissione ospiterà l’assemblea ADR 2018. L’evento vedrà l’affluenza di rappresentanti di tutti gli organismi ADR certificati dall’UE, delle autorità competenti per l’ADR, dei punti di contatto ODR, dei centri europei dei consumatori, delle organizzazioni dei consumatori, delle associazioni di imprese, dei principali rivenditori al dettaglio e di altri portatori di interessi ADR/ODR.

3.2 Applicazione efficace e maggiore cooperazione delle autorità pubbliche in un mercato unico equo e sicuro

Un'applicazione efficace costituisce una priorità assoluta in questo mandato della Commissione ed è diventato un aspetto fondamentale nella strategia per il mercato unico digitale, tra l'altro tramite un'iniziativa volta ad aggiornare l'applicazione delle norme per i consumatori in modo da renderle idonee all'era digitale, ossia la revisione del regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori (CPC)³².

Il regolamento CPC fornisce la base per una rete di autorità nazionali responsabili dell'applicazione della normativa, al fine di garantire che le principali normative UE in materia di consumo siano applicate in maniera coerente a livello transfrontaliero. Le norme riviste diverranno applicabili negli Stati membri entro il 20 gennaio 2020³³. Una volta che il nuovo regolamento CPC sarà divenuto applicabile, esisteranno una serie minima di poteri conferiti alle autorità nazionali, una nuova procedura per affrontare le violazioni diffuse e a livello UE del diritto dei consumatori e un migliore sistema di sorveglianza. La Commissione avrà un ruolo di coordinamento più forte e sarà in grado di sollecitare indagini coordinate sull'applicazione nel caso di infrazioni a livello di Unione³⁴.

La Commissione sta adottando le seguenti azioni per rafforzare l'applicazione e la cooperazione tra le autorità pubbliche:

a) Sanzioni più efficaci soprattutto per le infrazioni diffuse

Oggi, quando un'impresa viola le norme sui consumatori, le sanzioni previste dal diritto nazionale variano enormemente da un paese all'altro dell'UE e sono spesso piuttosto modeste. Di conseguenza, hanno una scarsa incidenza nello scoraggiare i professionisti senza scrupoli dall'ingannare i consumatori.

Nel "New Deal per i consumatori", la Commissione propone che le autorità nazionali di controllo applichino criteri comuni in tutta l'UE nel decidere le sanzioni finanziarie per violazioni della direttiva sulle pratiche commerciali sleali³⁵, della direttiva concernente le clausole abusive nei contratti³⁶, della direttiva sui diritti dei consumatori³⁷ e della direttiva

³² https://ec.europa.eu/info/consumers/consumer-protection-cooperation-regulation/review-consumer-protection-regulation_en.

³³ Regolamento (UE) 2017/2394 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2017, sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori e che abroga il regolamento (CE) n. 2006/2004 (GU L 345 del 27.12.2017, pag. 1).

³⁴ Il nuovo regolamento CPC fornisce inoltre un quadro di riferimento per la cooperazione tra le diverse autorità nazionali di controllo responsabili della normativa settoriale specifica che costituisce l'oggetto del regolamento CPC. Per quanto attiene agli altri ambiti della normativa settoriale specifica non contemplati dal regolamento CPC, in particolare il regolamento generale sulla protezione dei dati, la Commissione promuove la cooperazione tra le autorità nazionali di controllo competenti attraverso laboratori congiunti e possibilmente nell'ambito di future azioni coordinate di controllo.

³⁵ Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 149, 11.6.2005, pag. 22).

³⁶ Direttiva 93/13/CEE del Consiglio, del 5 aprile 1993, concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori (GU L 95 del 21.4.1993, pag. 29).

relativa all'indicazione dei prezzi³⁸. Nei casi in cui un professionista violi tali direttive in più Stati membri contemporaneamente (cosiddette “infrazioni diffuse”³⁹), le autorità avranno il potere di infliggere un'ammenda pari almeno al 4% del fatturato dell'operatore commerciale. Sanzioni dissuasive di questo genere contribuiranno a prevenire le violazioni e a ripristinare l'equità.

b) Aiutare gli Stati membri a prepararsi al nuovo regolamento CPC

La Commissione sosterrà gli Stati membri nel corso del 2018 e 2019 fornendo assistenza alle autorità nazionali e monitorando l'adattamento dei sistemi giuridici nazionali. In particolare, la Commissione sta svolgendo i seguenti compiti:

- collabora con gli esperti degli Stati membri per discutere le questioni collegate all'attuazione e fornire orientamenti ove necessario. La Commissione ha già stilato un elenco delle questioni da affrontare negli Stati membri e assicurerà un follow-up con laboratori e visite di studio negli Stati membri.
- sviluppa il nuovo strumento IT richiesto dalle autorità e dai portatori di interessi esterni al fine di cooperare in maniera efficace e di scambiarsi informazioni e segnalazioni. Tale nuovo strumento IT consentirà alle autorità nazionali di controllo di cooperare nelle attività di rilevamento, indagine ed eliminazione delle pratiche commerciali che violano l'*acquis* dei consumatori nel commercio transfrontaliero. Attraverso lo strumento IT, sarà possibile inviare alla rete CPC segnalazioni esterne trasmesse da parti quali le associazioni di categoria e dei consumatori.
- sviluppa la conoscenza del mercato allo scopo di individuare e affrontare rapidamente le infrazioni del diritto del consumo aventi una dimensione unionale. In una prospettiva di più lungo termine, la Commissione esaminerà le modalità per migliorare il monitoraggio delle pratiche del mercato al dettaglio a livello UE che danneggiano i consumatori e la concorrenza leale. Ciò potrebbe includere modi per agevolare la raccolta di prove online e aiutare le autorità nazionali a sviluppare metodologie di rilevamento, individuazione e condivisione delle prove e ad avviare azioni coordinate per porre rimedio alle pratiche dannose.

c) Sviluppo delle capacità

³⁷ Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 199/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 304 del 22.11.2011, pag. 64).

³⁸ Direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 febbraio 1998, relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori (GU L 80 del 18.3.1998, pag. 27).

³⁹ Il regolamento CPC definisce un'“infrazione diffusa” come un'infrazione che interessa i consumatori in almeno tre Stati membri; e per “infrazioni diffuse aventi una dimensione unionale” si intendono le pratiche che arrecano danni ai consumatori in almeno due terzi degli Stati membri, che insieme rappresentano almeno i due terzi della popolazione dell'Unione.

La Commissione continuerà a intraprendere attività di sviluppo delle capacità per le autorità nazionali. Queste si concentreranno sull'aumento della "digitalizzazione" dei mercati di consumo. Lo sviluppo delle capacità comprenderà le seguenti attività principali:

- finanziare e coordinare i lavori per l'"E-enforcement Academy". Questo progetto mobilita 1,75 milioni di EUR per lo sviluppo delle capacità delle autorità nazionali preposte alla tutela dei consumatori e delle autorità nazionali per la sicurezza dei prodotti di consumo;
- fornire sostegno agli Stati membri per garantire che sia raccolte prove attendibili di possibili infrazioni della normativa UE. Ciò aiuterà gli Stati membri a individuare più rapidamente i problemi diffusi che i consumatori si trovano ad affrontare nell'UE.

d) Applicazione coordinata

La Commissione continuerà a lavorare con le autorità CPC nazionali a un'applicazione strategica e mirata, al fine di promuovere l'equità nel mercato unico digitale⁴⁰. Ciò avverrà sotto forma di verifica coordinata dei siti web ("sweep")⁴¹ oppure di azione coordinata per risolvere le problematiche che interessano un vasto numero di consumatori nell'UE⁴². L'esperienza della Commissione nel campo dell'applicazione dal 2014 mostra che è possibile ottenere risultati positivi tanto per i consumatori quanto per le imprese (ad esempio con l'istituzione di "sportelli unici" per le infrazioni a livello UE della normativa UE).

Un accento importante continuerà a essere posto sulla lotta alle pratiche sleali (ad esempio alle indicazioni ingannevoli e infondate in tema ambientale) e ai contenuti illeciti online⁴³.

3.3 Applicazione della normativa in materia di sicurezza dei prodotti non alimentari

La Commissione aiuterà inoltre gli Stati membri a cooperare meglio per ciò che riguarda la sicurezza dei prodotti⁴⁴. È essenziale garantire che la salute e sicurezza dei consumatori sia protetta contro i prodotti pericolosi, a prescindere che siano acquistati online o offline. Ciò sarà ottenuto con le misure seguenti:

a) Modernizzare il sistema di allarme rapido

Il sistema di allarme rapido europeo è gestito dalla Commissione. Esso garantisce che le informazioni sui prodotti non alimentari pericolosi ritirati dal mercato e/o richiamati presso i consumatori in qualunque parte d'Europa siano fatte circolare rapidamente tra gli Stati membri e la Commissione.

⁴⁰ Si veda la comunicazione della Commissione, intitolata "Un mercato unico digitale connesso per tutti" sulla revisione intermedia dell'attuazione della strategia per il mercato unico digitale, COM(2017) 228 final del 10.5.2017, pag. 5.

⁴¹ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/eu-wide-screening-websites-sweeps_en.

⁴² https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/coordinated-enforcement_en.

⁴³ Comunicazione sulla lotta ai contenuti illeciti online, intitolata "Verso una maggiore responsabilizzazione delle piattaforme online", COM(2017) 555 final del 28.9.2017; raccomandazione della Commissione sulle misure per contrastare efficacemente i contenuti illegali online, C(2018)1177 dell'1.3.2018.

⁴⁴ Direttiva 2001/95/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 3 dicembre 2001, relativa alla sicurezza generale dei prodotti (GU L 11 del 15.1.2002, pag. 4).

Al fine di rendere le autorità di sorveglianza del mercato più efficaci, la Commissione rivedrà, tra l'altro, gli orientamenti per il sistema di allarme rapido al fine di trarre il massimo beneficio per i consumatori.

b) Sfruttare al massimo la sorveglianza coordinata del mercato

Per migliorare il funzionamento del mercato unico per i consumatori, la Commissione ha finanziato attività coordinate di sorveglianza del mercato in relazione alla sicurezza dei prodotti. Ciò ha dato luogo a più di 25 azioni coordinate di sorveglianza del mercato in tutta una serie di settori merceologici (ad esempio giocattoli, prodotti per la puericultura). La Commissione continuerà a sostenere le azioni comuni delle autorità dell'UE al fine di agevolare la condivisione delle conoscenze e rafforzare la rete delle autorità di sorveglianza del mercato, anche alla luce della proposta della Commissione di un regolamento che stabilisce norme e procedure per la conformità alla normativa di armonizzazione dell'Unione relativa ai prodotti e per la sua applicazione⁴⁵. Tale sostegno aiuterà a tracciare ed eliminare i prodotti pericolosi all'interno dell'UE.

La citata proposta della Commissione di un regolamento per la conformità alla normativa di armonizzazione dell'Unione relativa ai prodotti intende rafforzare il quadro per la sorveglianza di mercato sui prodotti sia nel mercato unico sia alle frontiere esterne, che prevede anche scambi con i partner internazionali nell'ambito di una cooperazione strutturata tra le autorità di vigilanza del mercato.

4. COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

a) Accordi di cooperazione per aumentare il coordinamento con partner al di fuori dell'UE

Gli organismi preposti all'applicazione della normativa sulla tutela dei consumatori si trovano ad affrontare pratiche commerciali e strategie di commercializzazione molto simili (se non addirittura identiche) in ogni parte del mondo. Una gestione coordinata di tali problematiche non può che tradursi in una migliore conformità da parte delle imprese.

La Commissione intende lavorare ad accordi bilaterali o multilaterali per la cooperazione nell'applicazione delle norme sulla tutela dei consumatori tra l'UE e le principali giurisdizioni quali gli Stati Uniti, il Canada e, in futuro, la Cina.

Tale cooperazione internazionale sarà facilitata dal più solido quadro di riferimento per il coordinamento delle autorità pubbliche di controllo in seno all'UE istituito dal regolamento CPC rivisto, che potrà essere usato come base per la ricerca di accordi di cooperazione con paesi terzi. Simili accordi potrebbero avere per oggetto: meccanismi per l'assistenza reciproca tra le autorità; strumenti di cooperazione adattati all'economia digitale per contrastare i siti web che commettono frodi su scala globale; una nuova procedura centralizzata per affrontare le infrazioni su vasta scala dei diritti dei consumatori commesse da aziende a livello globale; e un sistema di sorveglianza più efficace.

b) Sicurezza dei prodotti: una sfida globale

⁴⁵ COM(2017) 795 final del 19.12.2017.

Le catene di commercializzazione dei prodotti sono globali e i consumatori possono acquistare facilmente prodotti online direttamente da paesi al di fuori dell'UE. Ciò rende la cooperazione internazionale cruciale nel preservare la sicurezza dei consumatori nell'UE. Affinché la sorveglianza sul mercato da parte degli Stati membri dell'UE possa avere il massimo impatto, è necessaria una cooperazione in relazione alla sicurezza dei prodotti sia con i paesi produttori sia con i paesi che presentano prodotti analoghi sul proprio mercato.

La Commissione migliorerà ulteriormente la cooperazione con la Cina⁴⁶ e compirà un'opera di sensibilizzazione tra i produttori riguardo ai requisiti di sicurezza dei prodotti nell'UE. La Commissione sosterrà inoltre iniziative internazionali per migliorare a livello globale la sicurezza dei prodotti venduti online.

Infine, la Commissione continuerà a promuovere una tutela efficace dei consumatori nei futuri negoziati commerciali bilaterali e multilaterali. Ciò avverrà mediante l'inclusione di norme specifiche in materia di sicurezza dei prodotti negli accordi commerciali. Queste consentiranno lo scambio di informazioni sui prodotti pericolosi ove opportuno, ivi compreso con i paesi produttori.

5. GARANTIRE LA PARITÀ DI TRATTAMENTO DEI CONSUMATORI NEL MERCATO UNICO: CONTRASTARE IL PROBLEMA DELLE “DIFFERENZE DI QUALITÀ” DEI BENI DI CONSUMO

Nel discorso sullo stato dell'Unione tenuto nel 2017, il presidente Juncker ha affermato: *“Non posso accettare il fatto che in alcune parti dell'Europa, [...] vengano venduti alla gente prodotti alimentari di qualità inferiore rispetto a quella di altri paesi, nonostante la confezione e il marchio siano identici. [...] dobbiamo attribuire alle autorità nazionali poteri più forti per eliminare le pratiche illegali laddove sussistano.”*

Per affrontare questa problematica, la Commissione ha già intrapreso alcuni passi importanti.

A settembre 2017 la Commissione ha adottato una serie di **orientamenti sull'applicazione della normativa dell'Unione europea sui prodotti alimentari e sulla tutela dei consumatori**⁴⁷ al fine di contrastare il problema delle “differenze di qualità” dei prodotti. Gli orientamenti mirano ad aiutare le autorità nazionali a stabilire se un'impresa stia violando il diritto UE quando commercializza sotto un marchio identico prodotti con composizioni differenti in paesi diversi.

Nelle **discussioni con i rappresentanti dell'industria**, la Commissione ha invitato le imprese a porre fine alle pratiche ingiustificate e fuorvianti di differenziazione dei prodotti che non corrispondono ai requisiti specifici del mercato. Alcuni produttori hanno già iniziato ad adattare la composizione dei prodotti per garantire che gli stessi prodotti siano venduti in tutta

⁴⁶ Nel 2017, oltre la metà dei prodotti pericolosi segnalati nel sistema di allarme rapido dell'UE per i prodotti non alimentari pericolosi proveniva dalla Cina; si veda la relazione annuale, https://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/repository/content/pages/rapex/reports/index_en.htm.

⁴⁷ Comunicazione della Commissione sull'applicazione delle norme in materia di tutela degli alimenti e dei consumatori alle questioni di differenze di qualità dei prodotti – Il caso specifico degli alimenti, C(2017)6532 del 26.9.2017.

l'UE, e si prevedono ulteriori modifiche nelle loro strategie di differenziazione e di informazione dei consumatori.

La Commissione ha offerto **finanziamenti per sostenere l'applicazione delle norme** da parte degli Stati membri dell'UE e per sviluppare un **approccio comune alle prove comparative dei prodotti alimentari**. Il Centro comune di ricerca della Commissione, con il sostegno di 16 Stati membri e di portatori di interessi, sta sviluppando tale metodologia e indirà una campagna di prova a maggio 2018. Le prove riguarderanno un paniere comune di prodotti commercializzati nella maggior parte degli Stati membri e comprenderanno prove chimiche e sensoriali. I primi risultati dovrebbero essere disponibili per la fine del 2018. Se necessario la Commissione, di concerto con le autorità degli Stati membri, affronterà le problematiche sollevate dai risultati delle prove iniziali sul paniere comune di prodotti.

Parallelamente a tale lavoro in corso, la Commissione stima che alcune delle misure proposte nel "New Deal per i consumatori", in particolare sanzioni più severe per le pratiche illegali, azioni individuali di riparazione per consumatori ingannati e meccanismi di ricorso collettivi, renderanno più difficile e costoso per i professionisti ingannare i consumatori commercializzando beni che presentano "differenze di qualità".

Gli operatori commerciali sono liberi di commercializzare e vendere merci con diverse composizioni o caratteristiche, adattando i loro prodotti alle preferenze dei consumatori locali o per far fronte alla necessità di rispondere alle varie tendenze della domanda, a questioni logistiche e alle tecnologie emergenti, a condizione che rispettino le normative dell'UE (anche in materia di sicurezza dei prodotti, di etichettatura e altre normative orizzontali o settoriali). Persino prodotti con lo stesso marchio possono eccezionalmente avere caratteristiche differenti. Tuttavia, può essere fonte di preoccupazione il fatto che prodotti della stessa marca aventi composizioni diverse siano commercializzati in un modo che potrebbe indurre in errore il consumatore.

Per non lasciare spazio al dubbio che il diritto UE vieti la differenziazione ingiustificata e fuorviante dei prodotti nel mercato unico, la Commissione intende dotare le autorità nazionali di norme più chiare per garantire che siano in grado di contrastare più facilmente le pratiche sleali. La Commissione propone pertanto di indicare esplicitamente nella direttiva sulle pratiche commerciali sleali che la commercializzazione di prodotti dichiarati identici allo stesso prodotto venduto in altri Stati membri, laddove tali prodotti presentino una composizione o caratteristiche sostanzialmente diverse, è un'azione ingannevole a norma dell'articolo 6 di tale direttiva.

6. SENSIBILIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE CAPACITÀ

La valutazione effettuata dalla Commissione nel 2017 sulle norme in materia di tutela dei consumatori ("vaglio di adeguatezza") ha rilevato che un basso livello di conformità con la normativa UE sulla tutela dei consumatori è aggravato da una consapevolezza limitata dei consumatori e dei professionisti riguardo ai propri diritti e obblighi, con ampie variazioni nel grado di consapevolezza da uno Stato membro dell'UE all'altro. I problemi segnalati dai consumatori si attestavano al 20% nel 2016, una percentuale pari a quella del 2008, con miglioramenti scarsi se non del tutto inesistenti nell'arco di un decennio. Nel contempo, solo

il 41% dei cittadini dell'UE sapeva, ad esempio, di avere il diritto previsto dalla normativa UE alla riparazione o alla sostituzione gratuita di un bene difettoso.

Per tutto il 2018 e oltre, la Commissione intraprenderà le azioni specificate di seguito per migliorare la conoscenza dei diritti dei consumatori e stimolare una nuova cultura di conformità con la normativa UE sulla tutela dei consumatori.

6.1 Dialoghi con i consumatori e campagna di comunicazione

A novembre 2017 la Commissione ha avviato un'ampia discussione nell'ambito del "New Deal per i consumatori" al fine di riunire i portatori di interessi che lavorano al miglioramento dei diritti dei consumatori nell'UE perché discutano su come "ridefinire le norme UE sui consumatori per renderle idonee al XXI secolo"⁴⁸.

Nell'ambito di tale iniziativa, la Commissione organizzerà per tutto il 2018 una serie di "dialoghi con i consumatori" negli Stati membri adottando un approccio diverso a seconda del paese. L'obiettivo dei dialoghi è spiegare alle persone quello che sta facendo l'UE per loro in qualità di consumatori e ascoltare i loro pareri su come potrebbe affrontare meglio le loro preoccupazioni.

Nel 2018 la Commissione avvierà inoltre una vasta campagna di comunicazione per rendere gli europei più consapevoli degli attuali diritti dei consumatori nell'UE. La campagna si concentrerà in particolare, ma non solo, sugli Stati membri i cui cittadini hanno mostrato di conoscere meno i diritti dei consumatori.

6.2 Formazione, educazione, sviluppo delle capacità e altri strumenti d'informazione

- A marzo 2018 è stato pubblicato online il progetto *ConsumerLawReady*⁴⁹. Tale progetto si propone di offrire formazione alle piccole e medie imprese (PMI) nell'UE sulla normativa UE sulla tutela dei consumatori, al fine di aiutarle a uniformarsi più facilmente ai requisiti giuridici applicabili nei loro confronti. Il progetto è attuato da un consorzio di organizzazioni di imprese e di consumatori. Tali organizzazioni formano i "formatori principali", che a loro volta formano i "formatori locali" in tutti gli Stati membri. I formatori locali, a loro volta, offriranno formazione alle PMI. Tale effetto moltiplicatore garantirà un'ampia diffusione.
- Nel terzo trimestre del 2018 sarà disponibile la nuova *banca dati sul diritto dei consumatori* nell'ambito del portale della giustizia elettronica⁵⁰. Tale banca dati fornisce a tutti, in particolare ad avvocati e autorità di controllo, l'accesso alle norme nazionali che recepiscono le direttive chiave dell'UE in materia di consumatori. Essa offrirà inoltre l'accesso alla giurisprudenza pertinente degli Stati membri e della Corte di giustizia europea, come anche alla prassi amministrativa nazionale in materia.
- La Commissione europea sta agevolando un'*iniziativa di autoregolamentazione* avviata dalle imprese europee in relazione ai principi chiave per una migliore

⁴⁸ http://europa.eu/rapid/press-release_MEX-17-5047_en.htm.

⁴⁹ www.ConsumerLawReady.eu. *ConsumerLawReady* è un progetto pilota organizzato dalla Commissione europea su richiesta del Parlamento europeo.

⁵⁰ <https://e-justice.europa.eu/home.do>.

presentazione delle informazioni ai consumatori, incluse le clausole e le condizioni standard. I risultati di tale iniziativa sono attesi per l'estate 2018.

- La Commissione svilupperà, entro i primi mesi del 2019, degli *orientamenti sulla direttiva 93/13/CEE concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori* che tutela i consumatori europei dalle clausole abusive che figurano quali condizioni generali in contratti stipulati tra consumatori e professionisti. Il vaglio di adeguatezza REFIT ha rilevato che l'approccio basato su principi della direttiva concernente le clausole contrattuali abusive è tuttora efficace e contribuisce a un livello elevato di tutela dei consumatori. Sulla base di numerose sentenze della Corte di giustizia europea, gli orientamenti si porranno l'obiettivo di chiarire le domande sorte nell'applicazione della direttiva, ad esempio in merito alle conseguenze giuridiche della natura non vincolante delle clausole abusive nei contratti e all'obbligo posto in capo ai giudici nazionali di valutare, di propria iniziativa, se una clausola contrattuale rientrante nel campo di applicazione della direttiva 93/13/CEE sia o meno abusiva.
- La Commissione si è impegnata a portare avanti gli sforzi nell'educazione dei consumatori, in quanto soltanto consumatori consapevoli sono in grado di esercitare i propri diritti in maniera efficace. Il campo di applicazione degli attuali progetti riusciti per l'educazione dei consumatori come *Consumer Classroom* potrebbe essere ampliato, influenzando così il comportamento di altri gruppi di destinatari, con particolare riguardo per i consumatori vulnerabili.
- La Commissione porterà avanti i propri sforzi per *sviluppare la capacità delle organizzazioni dei consumatori* in maniera più diversificata. Ad esempio, cercherà di rafforzare il ruolo delle organizzazioni dei consumatori quali guardiani e pilastri importanti della società civile nei paesi in cui sono ancora relativamente deboli. Anche la loro competenza e voce nel processo decisionale a livello nazionale dovrebbe essere rafforzata.

7. PREPARARE LA POLITICA DEI CONSUMATORI ALLE SFIDE FUTURE

Anche se il pacchetto del “New Deal per i consumatori” affronterà le sfide più importanti per la tutela dei consumatori nell'UE di oggi, i mercati continueranno naturalmente a evolversi e cambiare velocemente e la normativa in materia di protezione dei consumatori deve essere in grado di adattarsi e di evolvere continuamente per rimanere pertinente e capace di affrontare nuove aree di sfida per i consumatori, quali ad esempio nuove transazioni complesse e non trasparenti. La Commissione continuerà a monitorare i mercati di consumo al fine di individuare le problematiche emergenti e sviluppare una comprensione dei comportamenti su cui basare il proprio processo decisionale.

Di seguito sono riportate alcuni settori attualmente sottoposti a esame da parte della Commissione:

- **Intelligenza artificiale.** Le tecnologie dell'intelligenza artificiale offrono sostanziali opportunità ai consumatori, ma, allo stesso tempo, possono generare problemi connessi: i) alla complessità e alla potenziale mancanza di trasparenza di tali

tecnologie; ii) alla mancanza di controllo da parte degli utenti sui dati generati; o iii) agli aspetti relativi a discriminazione, pregiudizi, sicurezza e responsabilità per i danni. La Commissione condurrà ulteriori ricerche al fine di individuare i modi migliori per rendere tali tecnologie più trasparenti⁵¹. Sosterrà inoltre le organizzazioni dei consumatori a livello nazionale e UE nello sviluppo della comprensione e nella promozione della trasparenza delle applicazioni basate sull'intelligenza artificiale allo scopo di aumentare la fiducia dei consumatori.

- **Internet delle cose.** Si prevede che entro il 2020 vi saranno almeno 6 miliardi di prodotti connessi a Internet nell'UE e 25 miliardi in tutto il mondo⁵². È importante assicurarsi che tali prodotti e tecnologie siano sicuri per i consumatori, garantendo nel contempo un'ampia scelta e senza soffocare l'innovazione. La Commissione valuterà se l'attuale quadro giuridico per la sicurezza dei prodotti sia adeguato allo scopo alla luce delle nuove sfide poste da queste nuove tecnologie, o se vi siano eventuali lacune da colmare. In tal senso, la Commissione analizzerà ulteriormente i legami che intercorrono tra la sicurezza informatica⁵³ e la sicurezza dei prodotti, individuando strumenti in grado di migliorare la sicurezza dei prodotti sin dalla progettazione. La Commissione ha inoltre istituito un gruppo di esperti che valuterà se e in quale misura i regimi di assicurazione della responsabilità esistenti siano adattati alle realtà di mercato emergenti in seguito allo sviluppo di nuove tecnologie in senso lato, tra cui l'intelligenza artificiale, la robotica avanzata, l'Internet delle cose e le problematiche di sicurezza informatica.
- **Commercio elettronico mobile.** L'importanza crescente del commercio elettronico mobile può rendere i consumatori vulnerabili in vari modi, ad esempio in base al modo in cui le informazioni richieste sono presentate loro. La Commissione sta avviando uno studio comportamentale che si concentrerà sull'impatto sui consumatori delle prassi di commercializzazione e divulgazione utilizzate online. Lo studio si focalizzerà sui servizi finanziari al dettaglio, in particolare su come sono commercializzati e venduti attraverso i dispositivi mobili.
- **Consumi sostenibili.** I consumi in crescita su scala globale sottopongono l'ambiente a maggiori pressioni. Per questo è essenziale mettere a disposizione dei consumatori prodotti e servizi sostenibili e incoraggiare un consumo più sostenibile da parte loro. I consumatori sono sempre più interessati a prodotti sostenibili ed è necessario che siano abilitati a prendere decisioni d'acquisto informate e che abbiano un facile accesso a prodotti ecocompatibili. Occorrono ulteriori sforzi di sensibilizzazione per rendere i

⁵¹ La Commissione intende adottare una comunicazione sull'intelligenza artificiale il 25 aprile 2018.

⁵² Rapporto della ditta Gartner (2013) "Predicts 2015: The Internet of Things." Newsroom disponibile all'indirizzo: <http://www.gartner.com/newsroom/id/2970017>, STAMFORD, Conn., 12 dicembre 2013.

⁵³ Si veda anche il pacchetto sulla sicurezza informatica adottato dalla Commissione nel settembre 2017, https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/com-2017-477_en.

consumatori più consapevoli dei diversi strumenti di etichettatura UE⁵⁴, come l'Ecolabel UE, e per garantire che questi siano correttamente compresi.

Il “New Deal per i consumatori” comporterà vantaggi sotto il profilo ambientale in quanto la più rigorosa applicazione e le migliori opportunità di ricorso individuale contro le pratiche sleali sono in grado di portare alla luce indicazioni false in tema ambientale o pratiche di obsolescenza programmata, integrando le azioni contemplate nel piano d'azione UE per l'economia circolare⁵⁵. Questo include ad esempio la ricerca sull'obsolescenza prematura⁵⁶ e i progetti pilota sull'impronta ambientale⁵⁷ che mirano a limitare le indicazioni false fornendo un metodo armonizzato per calcolare e verificare le informazioni ambientali fornite.

8. CONCLUSIONI

Il “New Deal per i consumatori” è una priorità della Commissione Juncker. Molto è già stato fatto negli ultimi anni per migliorare i diritti dei consumatori e la certezza per le imprese in ambiti quali la portabilità transfrontaliera dei contenuti, le tariffe di roaming e i blocchi geografici, così come nel settore energetico. Tale quadro deve ora essere pienamente attuato e integrato da norme modernizzate in materia di protezione dei consumatori che siano adatte alle sfide degli odierni mercati in rapida evoluzione, a un'applicazione efficace a livello pubblico e privato e alle migliori opportunità di ricorso. Questo è l'obiettivo della presente comunicazione e delle proposte che l'accompagnano, grazie alle quali saranno introdotti cambiamenti tangibili nell'interesse dei consumatori e dell'economia basata sulla fiducia dei consumatori.

Nel complesso, le proposte e le iniziative annunciate nella presente comunicazione in merito al “New Deal per i consumatori” apporterebbero chiari benefici ai consumatori europei che cercano possibilità di scelta ed equità, così come alle imprese europee alla ricerca di certezza e fiducia in tutto il mercato unico.

La Commissione invita il Parlamento europeo e gli Stati membri in seno al Consiglio a collaborare nel corso del prossimo anno per accordarsi sui cambiamenti proposti nel corpus legislativo prima delle elezioni del Parlamento europeo del maggio 2019. Occorre un più ampio impegno nel coinvolgere tutti i portatori di interessi in un dibattito pubblico sui modi migliori per affrontare le preoccupazioni dei consumatori, guardando anche alle sfide future. Nel corso del prossimo anno, la Commissione collaborerà con gli Stati membri e con tutti i portatori di interessi per stimolare tali dibattiti pubblici.

⁵⁴ Tra questi figurano l'Ecolabel UE (per i prodotti e servizi non alimentari), l'etichetta biologica UE (per i prodotti alimentari), l'etichetta energetica UE (per gli elettrodomestici), la direttiva UE sull'etichettatura delle automobili (consumo di CO₂ e di carburante per le nuove automobili), il regolamento UE sull'etichettatura dei pneumatici (aderenza sul bagnato, rumorosità e resistenza al rotolamento dei pneumatici), le etichette delle scadenze dei prodotti alimentari per evitare gli sprechi alimentari, i requisiti d'informazione Ecodesign ecc.

⁵⁵ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:52015DC0614>.

⁵⁶ Ad esempio <http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/ce-sc5-02-2018.html>.

⁵⁷ http://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/ef_pilots.htm.

Con il “nuovo deal per i consumatori”, sarà garantita ai consumatori e alle imprese europee in egual misura la certezza e la protezione di cui necessitano. Il “New Deal per i consumatori” riguarda l’abilitazione dei consumatori, la promozione del commercio equo e l’aumento della fiducia nel mercato unico. Esso garantirà che non vi siano consumatori di serie B nell’Unione europea e che le imprese europee operino all’interno di un quadro regolamentare adatto ad affrontare le sfide di oggi, che offra condizioni di parità in tutto il mercato unico.