



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 13.3.2007  
SEC(2007) 322

**DOCUMENTO DI LAVORO DEI SERVIZI DELLA COMMISSIONE**

*Documento di accompagnamento della*

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

**Strategia per la politica dei consumatori dell'UE 2007-2013**

*Maggiori poteri per i consumatori, più benessere e tutela più efficace*

**SINTESI DI VALUTAZIONI DELL'IMPATTO**

{SEC(2007) 99 definitivo}  
{COM(2007) 321}  
{COM(2007) 323}

## SINTESI DI VALUTAZIONI DELL'IMPATTO

Nel periodo 2007-2013 la politica dei consumatori deve affrontare due sfide importanti:

- consentire ai consumatori e alle imprese di beneficiare maggiormente delle potenzialità offerte dal mercato interno;
- aiutare i consumatori a trarre vantaggio dalle nuove situazioni che si trovano ad affrontare.

Malgrado un notevole aumento del numero di acquisti transfrontalieri tra il 2003 ed il 2006, i consumatori europei continuano a privilegiare i prodotti nazionali nonché gli acquisti effettuati sul mercato nazionale. Tuttavia è interessante constatare che, allo stesso tempo, molti consumatori e molte imprese si dichiarano disposti ad effettuare transazioni transfrontaliere.

L'attuale esiguità del numero di transazioni transfrontaliere limita le possibilità di scelta per i consumatori, riduce la pressione concorrenziale che consentirebbe di fissare i prezzi in modo efficace nell'interesse dei consumatori e contiene gli eventuali benefici per le imprese, in particolare per le PMI.

Le cause di tale situazione sono multiple: mancanza di fiducia dei consumatori dovuta principalmente alla presenza di regole di protezione diverse e all'assenza di meccanismi efficaci per la risoluzione delle controversie, carenza di attenzione per gli interessi dei consumatori nelle altre politiche comunitarie, mancanza d'informazione dei consumatori e delle imprese sulle potenzialità del mercato interno, difficoltà di accesso ad Internet ad alta velocità in taluni Stati membri, persistenza di ostacoli per le imprese che intendono effettuare transazioni transfrontaliere, debolezza del movimento consumatori e insufficienza dei dati sui consumatori e sui mercati.

I consumatori europei devono anche affrontare evoluzioni importanti, che possono avere un impatto sulle loro scelte e modificare i loro modelli di consumo: offerte sempre più varie e complesse, rivoluzione tecnologica ed espansione del commercio elettronico, globalizzazione della produzione, sviluppo dei servizi e liberalizzazione dei servizi in reti. Se molti consumatori possono trarre vantaggio da tali sviluppi, per i più vulnerabili la transizione può essere causa di difficoltà.

In materia di politica dei consumatori l'intervento comunitario è previsto dall'articolo 153 del trattato CE che stabilisce, in tale settore, una competenza suddivisa tra la Comunità e gli Stati membri. L'intervento comunitario s'impone ogniqualvolta la questione da trattare implica interessi non esclusivamente nazionali. Sia che acquisti prodotti e servizi presso il luogo di residenza, sia che si sposti per acquistarli oltre frontiera o che sfrutti tutte le possibilità offerte dalle nuove tecnologie, il consumatore deve poter contare su una vasta scelta di prodotti e servizi a prezzi competitivi, su un livello di protezione ugualmente elevato ovunque e su un accesso a sistemi di risoluzione delle controversie rapidi ed efficaci.

Tenuto conto dei problemi da affrontare, i tre principali obiettivi della politica europea dei consumatori per i prossimi anni sono:

- dare poteri ai consumatori europei: i consumatori che intendono svolgere pienamente il loro ruolo sul mercato devono poter disporre di informazioni precise, mercati trasparenti e di fiducia, fondata su una tutela efficace e su diritti solidi;
- migliorare il benessere dei consumatori europei i termini di prezzi, scelta, qualità, diversità, accessibilità e sicurezza. Il benessere dei consumatori è al centro dei mercati che funzionano correttamente;
- proteggere i consumatori in modo efficace contro i rischi e le minacce che non possono essere affrontati dai singoli individui. Per ottenere la fiducia dei consumatori il livello di protezione contro tali minacce deve essere elevato.

Per raggiungere tali obiettivi la politica europea dei consumatori deve di conseguenza:

- basarsi su un migliore monitoraggio dei consumatori e delle politiche nazionali che li riguardano,
- elaborare una legislazione migliore per la tutela dei consumatori,
- favorire una migliore applicazione della legislazione esistente e migliori meccanismi di ricorso,
- informare meglio ed educare i consumatori,
- mettere i consumatori al centro della regolamentazione e favorire una maggiore integrazione dei loro interessi nelle altre politiche dell'Unione europea,
- proteggere meglio i consumatori dell'Unione europea sui mercati internazionali.

L'analisi dell'impatto ha evidenziato tre alternative per gli anni 2007-2013: una politica dei consumatori a livello principalmente nazionale, una politica dei consumatori a livello principalmente comunitario e una politica dei consumatori che completi quella degli Stati membri. La terza opzione è quella che corrisponde meglio agli obiettivi stabiliti e che implica il minor costo possibile. Essa mette in comune le azioni più efficaci a livello comunitario, rispettando le peculiarità nazionali.