

GLI OBIETTIVI DI TUTELA



A CURA DEL PROF. VITO SUSCA

ORIGINI LEGISLAZIONE

- ▶ Lo sviluppo della **legislazione sul consumo** interviene in quasi tutti i Paesi occidentali **a partire dagli anni '60 e '70**.
- ▶ Sono gli stessi anni in cui si diffonde un pensiero critico sulla **società dei consumi**.



PERSUASIONE SOCIALE

- ▶ La **società consumeristica** è permeata da un sistema governato dal meccanismo della **persuasione imprenditoriale**.
- ▶ Le **imprese** finiscono per esercitare un'**influenza** pressante su di un folto bacino di **utenza commerciale**.



NUOVI BISOGNI

- ▶ L'esigenza di garantire oggi una **produzione sempre più ampia e diversificata di beni e servizi** trova fondamento e giustificazione nella **creazione della società dei nuovi bisogni**, appunto la **società dei consumi**.



NUOVI CONSUMI

- ▶ Grazie al contributo di grandi masse di consumatori è possibile dare ossigeno e **stimolo** alla capacità produttiva del **sistema industriale**.
- ▶ La **domanda globale** aumenta e le imprese devono **saperla fronteggiare**.



CONSUMO E AMBIENTE

- ▶ La società consumeristica però, ha solo posto di recente il **rispetto della sostenibilità ambientale**, con:
 - produzioni meno inquinanti;
 - standard produttivi rispettosi del pianeta e della biodiversità.



TUTELA CONSUMATORI

- ▶ Ad ogni modo, l'esperienza maturata ha determinato l'**attenzione** in ambito europeo di una precisa **tutela dei consumatori**, intenta a perseguire una pluralità di scopi, tra cui:



OBIETTIVI TUTELA

- **funzionamento ottimale del mercato;**
- **efficienza del sistema economico;**
- **costi più sostenibili per l'utenza;**
- **migliore distribuzione di risorse;**



OBIETTIVI TUTELA

- garantire la **sicurezza** dei **prodotti**;
- tutelare la **salute** dei **consumatori**;
- assicurare una maggiore **correttezza informativa** in **favore degli utenti**.



SCUDO PROTETTIVO

▶ Le finalità protettive della *legislazione sul consumo* sono:

- **rispetto della parte contrattualmente debole;**
- **trasparenza contrattuale;**
- **correttezza delle pratiche commerciali;**



SCUDO PROTETTIVO

▶ Lo **scudo protettivo** persegue una ratio evidente, cioè **tutelare** sotto ogni forma e aspetto:

- *il consumatore;*
- *l'utilizzatore;*
- *l'acquirente del prodotto o servizio.*



SCELTA LIBERA

- ▶ Un primo ordine finalità **protettive** perseguite dal diritto dei consumatori, c'è quella di:
 - **garantire una maggiore libertà di scelta del contraente debole**, una libertà, questa, intesa come **capacità di ponderazione delle sue scelte.**



INFO, SICUREZZA E SALUTE

- assicurare un'informazione **adeguata** sulle caratteristiche del prodotto realizzato o sul servizio erogato;
- garantire **la totale sicurezza del prodotto;**
- **proteggere la salute** del consumatore.



SAFETY
SOLUTIONS

ASSISTENZA REMOTA



TRASPARENZA

- ▶ Un **secondo ordine di finalità** è quello di **prediligere una trasparenza contrattuale**, la cui funzione è quella di:
 - **favorire lo sviluppo dei processi economici;**
 - **stimolare la concorrenza;**



TRASPARENZA

- facilitare il ruolo e l'agire dei consumatori;
- migliorare l'efficienza e il funzionamento del sistema imprenditoriale;
- favorire una migliore distribuzione delle risorse.



ESPANSIONE MERCATO

- ▶ Un **terzo ordine di finalit ** attiene, **invece,** alla realizzazione delle **migliori condizioni per consentire al mercato di:**
 - **stabilizzarsi;**
 - **espandersi.**



VENDITE ONLINE

- ▶ Pensiamo al settore delle ***vendite online***, in cui è facile evidenziare:
 - la presenza di **misure più ampie di tutela del consumatore;**
 - l'esistenza di **controlli maggiormente stringenti.**



DIRITTO DI RECESSO

▶ Sotto questa **ottica protettiva**, in favore del consumatore, il riferimento va senza dubbio ad aspetti come:

- **il diritto al ripensamento;**
- **il diritto alla restituzione della merce acquistata.**



DIRITTO DI RECESSO

- ▶ Tali **strumenti di protezione** esercitano un effetto benefico, positivo perché: consentono di **aprire il mercato** a una serie indeterminata di **potenziali e indiscriminati acquirenti**.



DIRITTO DI RECESSO

- ▶ In caso contrario, se il mercato non venisse esteso, gli stessi consumatori sarebbero allontanati da un **sistema di regole troppo rigido**, dove anche l'acquisto della merce non è revocabile.



CONTROVERSIE

- ▶ I rapporti tra professionista e consumatore possono essere agevolati con:
 - la previsione di particolari sistemi di **definizione delle controversie**;
 - la definizione di una procedura legata alla **gestione dei reclami**.



GESTIONE RECLAMI

► I consumatori, dunque, sono maggiormente incentivati a servirsi di tale mercato se le imprese predispongono misure idonee per la:

- ***gestione dei reclami;***
- ***definizione delle controversie anche on-line.***



LIBERTA' E FLESSIBILITA'

- ▶ In tal modo, essi potranno accedere ai prodotti offerti, con **maggiore libertà e flessibilità** e realizzare **indubbi vantaggi**, sotto il profilo della loro **utilità economica**.



MERCATO UNICO

- ▶ Un quarto ordine di finalità attiene alla **realizzazione, all'interno** dei Paesi membri dell'UE, di un **mercato unico su scala continentale**.



MERCATO UNICO

- ▶ **Gli ostacoli sono ancora molteplici e vengono affrontati dall'UE mediante il dispiegamento di un imponente apparato normativo e istituzionale.**

