

INTERROGAZIONE

Al Presidente del consiglio dei ministri e al Ministro dello sviluppo economico.

Per sapere - premesso che:

esercitando la delega contenuta nella legge 6 agosto 2013, n 96 (legge di delegazione europea 2013), con decreto legislativo 21 febbraio 2014, n. 21 è stata data attuazione alla direttiva europea 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, recante modifica delle direttive 93/13/CEE e 1999/44/CE e che abroga le direttive 85/577/CEE e 97/7/CE;

il succitato decreto legislativo recante modifiche relative alle sezioni I, II, III, e IV, parte III, titolo III, capo I (articoli da 47 a 65) del decreto legislativo 6 settembre 2005, n 206 (Codice del consumo), ha aggiornato la disciplina riguardante la tutela del consumatore introducendo significative novità normative, tra cui si segnalano: a) l'introduzione di nuovi e più dettagliati obblighi di informazione precontrattuale a carico del professionista; b) l'ampliamento del termine, sino a 14 giorni, per l'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore; c) l'eliminazione, negli acquisti *on line*, delle caselle preselezionate sui siti *web*; d) una maggiore trasparenza dei prezzi; e) maggiori diritti di rimborso; f) l'eliminazione di sovrattasse per l'uso di carte di credito e di servizi di assistenza telefonica; g) una informazione più chiara circa il soggetto su cui gravano le spese di restituzione delle merci; h) l'affermazione del principio di unitarietà nella tutela dei consumatori, con la competenza unica dell'Autorità garante per la concorrenza e il mercato, alla quale i consumatori possono rivolgersi per far valere le proprie ragioni;

il Presidente del Senato, a margine del Convegno "*Le nuove frontiere della tutela del consumatore dopo il recepimento della direttiva consumer rights*" promosso dal Senato della Repubblica il 28 marzo scorso, nel suo intervento ha salutato favorevolmente l'aggiornamento della normativa sia a livello europeo che a livello dei singoli Stati membri. Una maggiore tutela dei diritti del consumatore ha il beneficio, da un lato, di porre al centro del mercato unico il consumatore, quindi la persona umana, garantendo ad essa l'effettivo esercizio dei diritti individuali e collettivi; dall'altro di favorire la ripresa economica fortemente connessa con la fiducia dei consumatori;

l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha ospitato, nei giorni 7 e 8 luglio scorsi, un evento dedicato alla direttiva *Consumer Rights* al quale hanno partecipato i maggiori esperti del settore, nonché esponenti dell'esecutivo. Nell'ambito del nuovo contesto normativo, è emersa la necessità di una più intensa e proficua cooperazione tra le Autorità Antitrust dei Paesi membri al fine di rendere più efficaci le tutele previste dalla direttiva europea. Invero, se da un canto appaiono innegabili i vantaggi, per i consumatori e per le imprese, derivanti da una maggiore fiducia nel commercio elettronico, dall'altro non si possono negare i rischi da esso derivanti e relativi alla diffusione di pratiche commerciali scorrette e sleali a danno dei consumatori e della concorrenza;

considerato che:

sussiste una correlazione positiva tra crescita economica e tutela diritti dei consumatori. Questa correlazione è particolarmente evidente in un settore, come l'*e-commerce*, che può rivestire un ruolo cruciale per la ripresa economica;

autorevoli osservatori, come l'Ocse e la Commissione europea, hanno rilevato come il commercio elettronico, che si inserisce nel più ampio quadro dell'economia digitale, rappresenti uno straordinario volano per la crescita del Pil e dell'occupazione. L'economia digitale nei Paesi del G8 ha contribuito per oltre un quinto alla crescita del Prodotto interno lordo negli ultimi cinque anni;

secondo stime della Commissione europea, se l'*e-commerce* dovesse crescere fino a rappresentare il 15 per cento dell'intero commercio al dettaglio, i guadagni in termini di risparmi per i consumatori arriverebbero a circa 200 miliardi di euro, ossia pari all'1,7 per cento del Pil dell'Unione. Inoltre, sempre secondo studi della Commissione europea l'economia di Internet crea 2,6 posti di lavoro per ogni posto che, a causa del suo sviluppo, viene a mancare;

in Italia, in ragione di una maggiore diffidenza da parte dei consumatori, la penetrazione del commercio elettronico è tra le più basse a livello europeo. Il freno allo sviluppo dell'economia digitale in Italia è dovuto principalmente alla poca consapevolezza dei diritti dei consumatori, dalla quale deriva il timore, da parte di quest'ultimi, di essere esposti, senza tutele, a raggiri e pratiche scorrette;

si chiede di sapere:

se non ritenga opportuno, alla luce di quanto suesposto, accompagnare la campagna televisiva e radiofonica, già avviata, con una campagna di sensibilizzazione effettuata sul *web* e negli ambienti pubblici, come le scuole e le università, ma anche mediante il ricorso, a livello nazionale, alla cartellonistica informativa, al fine di rendere più informati e consapevoli i consumatori dei diritti ad essi riconosciuti e garantiti dalla nuova normativa in materia.

LUCHERINI