

## MOZIONE CONGRESSUALE

### RAFFORZARE LE POLITICHE DEI CONSUMATORI

#### CONSIDERATO

- Che i consumatori in Europa sono 500 milioni e la spesa per i consumi ammonta al 56% del PIL dell'UE. Appare sempre più evidente che, in un momento in cui l'Europa deve cercare nuove opportunità di crescita, la politica dei consumatori è un settore che può dare un contributo determinante al conseguimento degli obiettivi della strategia Europa 2020;
- Che le nuove strategie europee ci offrono la possibilità di innalzare anche nel nostro paese il livello delle proposte e del dibattito sulla necessità del coinvolgimento dei cittadini ai fini della loro piena partecipazione al mercato unico. Consumatori informati, ben protetti e in grado di ricavare benefici dal mercato unico possono rappresentare un motore di innovazione e di crescita, grazie alla loro domanda di valore, di qualità e di servizio;
- Che il coinvolgimento dei consumatori va al di là della semplice tutela dei loro diritti, perché comporta la creazione di un contesto globale in cui i cittadini-consumatori sono messi in condizione di far valere tali diritti e di trarne beneficio. Significa realizzare un contesto nel quale i consumatori hanno imparato, grazie a un processo di educazione, di informazione e di sensibilizzazione, a muoversi nel mercato unico per scegliere le offerte migliori riguardo ai prodotti e ai servizi;
- Che la situazione economica delle famiglie italiane si aggrava ogni giorno che passa mentre assistiamo ad una politica nazionale ma anche locale e regionale sempre più lontana dai cittadini, con costi e tariffe in costante aumento e servizi offerti sempre meno adeguati e carenti;
- Che Cittadinanzattiva ha sempre sostenuto concetti chiave quali: la liberalizzazione dei servizi, la valutazione civica dei servizi, l'empowerment dei cittadini consumatori, la responsabilità sociale delle imprese e la sostenibilità economica dei servizi;

Il Congresso chiede che il Movimento tutto si impegni a rafforzare - mettendole effettivamente al centro delle strategie politiche - le attività di informazione, formazione e tutela dei cittadini consumatori attraverso una serie di azioni:

1. Ridisegnare l'identità delle politiche dei consumatori, con la capacità di leggere i cambiamenti in atto e di proporre una modalità di intervento e di partecipazione all'interno del mondo consumerista. E' necessario investire e leggere in chiave sfidante i nuovi bisogni dei consumatori, le nuove richieste, ragionando sul tema della sostenibilità;
2. Ragionare sul sistema di rappresentanza e sulla rilevanza delle associazioni di consumatori e su come esercitare una leadership su questo tema, promuovendo

un nuovo modello capace di andare oltre la dislocazione territoriale e un osservatorio nazionale sulle politiche regionali dei consumatori;

3. Rilanciare il tema della responsabilità sociale d'impresa, a partire dallo stakeholder "consumatore";
4. Coinvolgere nuovi aderenti e prevedere nuova mobilitazione sulle politiche dei consumatori all'interno del movimento, rafforzando le attività dei centri di tutela e di partecipazione all'interno delle assemblee territoriali;
5. Promuovere e rafforzare l'utilizzo della conciliazione come strumento di risoluzione delle controversie, valorizzandone il forte contenuto valoriale;
6. Promuovere, in collaborazione con Acn, la progettualità europea e la conoscenza di altre associazioni per promuovere confronti e scambi sulle politiche dei consumatori, con l'obiettivo di trasferire nel nostro paese esperienze innovative;
7. Sviluppare nuove partnership con associazioni, enti, fondazioni, per poter affrontare le tematiche consumeriste in maniera trasversale;
8. Ampliare e rafforzare le nostre attività sui costi dei servizi, attraverso le attività dell'osservatorio prezzi e tariffe, individuando nuovi settori d'intervento;
9. Promuovere attraverso le politiche dei consumatori la capacità di dialogo ed interlocuzione con le nuove generazioni e con i "nuovi cittadini";
10. Rendere strategiche le attività di formazione al consumatore, promuovendone il ruolo attivo e consapevole nel contesto economico e sociale, come attore in grado di orientare le scelte del mercato.

Chianciano Terme, 22 giugno 2012

1. Giulia Napoletani  
2. Antonio Caputo ANTONIO CAPUTO  
3. Federico  
4. F. Zani  
5. Marco de Riso  
6. Anno Vitari  
7. Anna Rita Cassi  
8. Potter  
9. Luigi  
10. Federico  
11. Federico

12. Roberto  
13. Manuela Mantovani MANUELA MANTOVANI  
14. Ilaria Brancaccio ILARIA BRANCACCIO  
15. Enrica Pellanda  
16. Enrica Pellanda ENRICA PELLANDA  
17. Enrica Pellanda  
18. Federico  
19. Federico  
20. Federico  
21. Federico  
22. Federico

23	Alberto Amos Trento	ALBERTINI AMOS
24	Divan Anna "	DIVAN ANNA
25	<del>Anna Lisa</del>	ANNA LISA MANDRINO
26	<del>Carlo</del>	CARLO CIOTTI
27	<del>Anna Orsino</del>	ANNA ORSINO
28	<del>Anna Orsino</del>	CUCINOTTA ANDREA
29	<del>Anna Orsino</del>	ALESSANDRO CORN
30	<del>Anna Orsino</del>	ALESSIO KERZI
31	Vittorino Ferla	VITTORINO FERLA
32	Torino Calie	TORINO CALIE
33	Luca Pirelli	LUCA PIRELLI
34	Mario Votta	MARIO VOTTA
35	ANGELO MARI	ANGELO MARI
36	FRANCESCO D'ANDREA	FRANCESCO D'ANDREA
37	PIERLUIGI ANTONIAGLIA	PIERLUIGI ANTONIAGLIA
38	FURMAN ANDO	FURMAN ANDO
39	NICHELE RUSSO	NICHELE RUSSO
40	LUDIANA BAZZIN	LUDIANA BAZZIN
41	TONDO FRANCO	TONDO FRANCO
42	PER LORETTA	PER LORETTA
43	CELO MARINI	CELO MARINI