

## La protezione del consumatore

UNA CORRETTA COMUNICAZIONE RIVOLTA A TUTTI GLI UTENTI FA SI' CHE OGNUNO SAPPIA QUALI SONO I SUOI DIRITTI



avvocato.maglio@tin.it

Avvocato in Milano e fondatore di Lucerna Iuris, il primo Network Giuridico Europeo formato da legali di tutti i paesi dell'Unione Europea esperti di questioni di marketing e di comunicazione.

Insegna Diritto dei consumi e del marketing e Diritto della sicurezza Alimentare nelle Università di Milano e Parma. Dopo essere stato Consigliere Delegato di AIDIM (Associazione Italiana del Marketing Diretto ed Interattivo) per le relazioni istituzionali, le pubbliche relazioni e gli affari legali, dal 2004 presiede il Giurì per l'Autodisciplina nella comunicazione commerciale diretta e interattiva e nelle vendite a distanza.

E' membro del Consiglio Direttivo di FEDMA (Federazione Europea del Direct Marketing) in rappresentanza dell'Italia.

I DIRITTI FONDAMENTALI DEI CONSUMATORI: I PRINCIPI DA RICORDARE PER UNA CORRETTA RELAZIONE TRA AZIENDA E CLIENTI

Quali sono le principali regole poste a tutela dei consumatori in Italia ed in Europa? Le leggi sono tante ed in continua espansione.

Al contrario i principi da tenere presenti sono pochi: è importante conoscerli per comunicare con i potenziali clienti e gestire correttamente i rapporti sia nella fase negoziale che durante la relazione di post-vendita.

Il punto fondamentale è semplicissimo: una clausola contrattuale è considerata illegittima se determina uno squilibrio significativo tra i diritti e gli obblighi del consumatore e quelli dell'impresa che offre servizi o vende prodotti.

Il consumatore ha il diritto di contestare o di non rispettare le eventuali clausole vessatorie presenti nel contratto, perché esse non sono vincolanti.

In caso di dubbio sull'interpretazione di una clausola scritta nel contratto stipulato con un operatore professionale (comprese le condizioni generali di vendita), prevale l'interpretazione più favorevole al consumatore.

### L'Europa procede verso l'affermazione dei diritti fondamentali dei consumatori

Dall'esame comparato delle normative europee emerge che ormai i legislatori hanno consapevolezza che i consumatori rivestono un ruolo essenziale nel nuovo mercato unico senza frontiere, il cui successo dipende anche dalla loro partecipazione attiva.

Per partecipare, i consumatori devono conoscere i propri diritti ed essere certi che i loro interessi siano salvaguardati.

I mercati funzionano nel modo migliore quando si stabilisce un equilibrio tra gli interessi degli acquirenti e quelli dei venditori.

Ormai in tutti gli stati membri dell'Unione Europea vigono alcune regole che proteggono cinque precise aree di interesse per i consumatori:

- 1) Tutela della salute e sicurezza dei consumatori ;
- 2) Tutela degli interessi economici dei consumatori (divieto delle pubblicità ingannevoli e di formule contrattuali fuorvianti);
- 3) Diritto all'informazione in generale sulle caratteristiche, sui prezzi, sull'uso dei beni e servizi;
- 4) Diritto al risarcimento dei danni (possibilità dei consumatori di ottenere il risarcimento dei danni secondo procedure veloci, semplici, non costose);
- 5) Diritto alla rappresentanza e partecipazione dei consumatori (i consumatori devono essere tutelati a livello locale, nazionale e comunitario)

La Carta dei consumatori: un decalogo di diritti inviolabili

Da tutto questo discende la richiesta di una vera e propria Carta dei consumatori o, se preferite, di uno Statuto a tutela dei diritti fondamentali del cittadino che effettua le sue scelte nel libero mercato. I punti essenziali di questa Carta sono rappresentati da dieci diritti "inviolabili" che sarà bene che ognuno tenga sempre in bella evidenza e presenti quando si desidera stabilire una corretta relazione con un potenziale cliente. Ne parliamo la prossima volta.