



**PIANO DI INDIRIZZO PER LA TUTELA E LA DIFESA DEI  
CONSUMATORI E DEGLI UTENTI**

## **INDICE**

### **1. SEZIONE CONTENUTISTICA**

1.1 QUADRO CONOSCITIVO

1.2 OBIETTIVI GENERALI

1.3 OBIETTIVI SPECIFICI

1.4 IDENTIFICAZIONE AZIONI E STRUMENTI DI ATTUAZIONE E RACCORDO CON ALTRI LIVELLI ISITUZIONALI

1.5 QUADRO FINANZIARIO DI RIFERIMENTO PLURIENNALE

1.6 INDIVIDUAZIONE DELLE MODALITA' DI CONFRONTO ESTERNO

1.7 DEFINIZIONE DEL CRONOGRAMMA

### **2. SEZIONE VALUTATIVA**

2.1 VALUTAZIONE DI COERENZA ESTERNA

2.2 VALUTAZIONE DI COERENZA INTERNA

2.3 ANALISI DI FATTIBILITA' FINANZIARIA

2.5 VALUTAZIONE DEGLI EFFETTI ATTESI – VEA

2.6 SISTEMA DI MONITORAGGIO

## 1. SEZIONE CONTENUTISTICA

### Informativa al Consiglio Regionale – esito.

Durante la presentazione dell'informativa al Consiglio Regionale l'assessore Salvatore Allocca ha affermato che: "Le misure previste rappresentano un'eccellenza nel panorama nazionale. È in atto un processo costante di miglioramento delle performances soprattutto nel sistema di assistenza ai cittadini"

La Lega Nord Toscana ha presentato due ordini del giorno, respinti dalla maggioranza, che sollecitavano iniziative per la tutela dei consumatori dalle truffe legate all'home banking, un rafforzamento della collaborazione con i difensori civici e interventi di formazione professionale del personale che opera nelle associazioni e nelle forze dell'ordine.

Il Consiglio Regionale ha quindi condiviso l'impostazione del Piano proposta dalla Giunta senza proporre ulteriori indirizzi.

## 1.1 QUADRO CONOSCITIVO

### 1.1.1 Contesto normativo programmatico.

La tutela dei consumatori è una materia trasversale ed in quanto tale sfugge ad un preciso inquadramento abbracciando ambiti molto ampi (tutela della salute, servizi pubblici, interessi economici dei consumatori, solo per citarne alcuni). Di riflesso, la linea di demarcazione fra le competenze dei vari soggetti che possono legiferare in materia – Unione Europea, Stati membri, Regioni con potestà legislativa – non sempre è individuabile con precisione.

In Italia, la questione specifica della competenza legislativa di Stato e Regioni in materia di tutela dei consumatori è stata affrontata in occasione della stesura del Codice del Consumo (D. Lgs. 206/2005).

La principale fonte normativa vigente è rappresentata **dall'articolo 153 del Trattato istitutivo della Comunità Europea**, ai sensi del quale la Comunità, promuove gli interessi dei consumatori ed assicura loro un livello elevato di protezione, contribuisce a tutelare la salute, la sicurezza e gli interessi economici nonché promuove il diritto all'informazione, all'educazione e all'organizzazione. Il secondo comma dell'articolo stabilisce (c.d. clausola orizzontale) che nella definizione e nell'attuazione di altre politiche o attività comunitarie sono prese in considerazione le esigenze inerenti alla protezione dei consumatori, mentre l'ultimo comma dispone che le misure di sostegno, integrazione e controllo della politica svolta dagli Stati membri - adottate dal Consiglio - non impediscono ai singoli Stati membri di mantenere o di introdurre misure di protezione più rigorose (ma comunque compatibili con il Trattato).

In attuazione dell'articolo 7 della legge delega 229/2003, il "**Codice del Consumo**" (D. Lgs. 206/2005) raccoglie e rielabora in modo organico le principali norme vigenti in materia di tutela dei consumatori, fra cui la storica legge 281/1998 (che disciplinava i diritti dei consumatori e degli utenti). Molte altre norme, emanate anche successivamente al Codice, ne rimangono però fuori: basta pensare alle assicurazioni, che formano oggetto di un codice a parte (D. Lgs. 209/2005); alla tutela del risparmio (L. 262/2005); alla tutela del consumatore dalle vendite "piramidali" (L. 173/2005), agli stessi decreti "Bersani" 1 e 2 (D.L. 223/2006 e 7/2007).

Nella relazione illustrativa al Codice, la competenza legislativa esclusiva dello Stato in materia di tutela del consumatore - intesa essenzialmente come "disciplina civilistica dei rapporti tra le parti contraenti, sotto lo specifico profilo della relazione tra parti non uguali, come è quello tra professionista e consumatore, caratterizzato dalla debolezza strutturale di quest'ultimo" - viene fondata sull'espressione "ordinamento civile" di cui all'articolo 117 della Costituzione.

Fatta questa premessa, se ne desume che le competenze regionali nel ambito dei rapporti dei consumatori "certamente non possono incidere né sui diritti dei consumatori, né sulla disciplina dei

loro rapporti precontrattuali, contrattuali o extracontrattuali con le imprese”, ma possono riguardare soltanto “iniziative a favore delle associazioni, programmi di intervento per l’informazione e l’educazione, eventualmente anche per la soluzione stragiudiziale delle controversie”.

Alla luce di questa ricostruzione sistematica, le leggi che varie Regioni (fra cui la Toscana: L.R. 48/1985) hanno emanato a partire dagli anni '70 per finanziare le associazioni locali dei consumatori e le iniziative da esse realizzate (leggi che trovavano il loro fondamento nella competenza regionale concorrente in materia di fiere e mercati ex articolo 117 della Costituzione allora vigente), vengono inquadrare come espressione delle competenze regionali in materia di educazione ed informazione dei consumatori.

Sempre nella relazione si legge che “la nuova versione dell’articolo 117 della Costituzione, introdotto dalla legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, non è incompatibile con iniziative legislative regionali dello stesso contenuto. Anzi, è possibile ipotizzare che le regioni incrementeranno le proposte legislative per il sostegno di politiche di tutela dei consumatori e delle loro rappresentanze”.

Il Codice è imperniato sul rapporto di consumo, che viene scomposto nelle varie fasi in cui si articola: da quella preliminare (educazione, informazione, pubblicità), a quella specificamente inerente la disciplina dei contratti di acquisto e di consumo di beni e servizi (clausole vessatorie, garanzie per i beni di consumo – entrambe in precedenza normate all’interno del codice civile – recesso, responsabilità), per finire con quella delle soluzioni attivabili a tutela dei consumatori (tramite le associazioni dei consumatori e l’accesso alla giustizia).

**Le Regioni** sono menzionate espressamente dal Codice del Consumo in due norme:

- **l’art. 101**, norma di rinvio per cui, nell’ambito delle loro competenze, le Regioni sono chiamate a garantire i diritti degli utenti dei servizi pubblici attraverso la concreta e corretta attuazione dei principi e dei criteri previsti della normativa vigente in materia;
- **l’art. 145**, “Competenze delle regioni e delle province autonome”, che (introdotto su richiesta della Conferenza Unificata Stato-Regioni-Autonomie locali) fa salve le disposizioni adottate dalle Regioni nell’esercizio della propria competenza legislativa in materia di educazione ed informazione dei consumatori.

### **La Finanziaria 2008**

La legge 244 del 2007 ha introdotto due importanti elementi nella normativa a tutela dei consumatori che sono destinati a modificare gli equilibri fra imprese e consumatori nel mercato dei beni e dei servizi.

**Il Comma 445 e seguenti** (che modificano il Codice del Consumo inserendo l’art. 140 bis) istituiscono e disciplinano l’azione collettiva risarcitoria (**class action**) a tutela dei consumatori, quale nuovo strumento generale di tutela nel quadro delle misure nazionali volte alla disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti, conformemente ai principi stabiliti dalla normativa comunitaria volti ad innalzare i livelli di tutela.

**Il comma 461**, al fine di tutelare i diritti dei consumatori e degli utenti dei servizi pubblici locali e di garantire la qualità, l’universalità e l’economicità delle relative prestazioni, in sede di stipula dei contratti di servizio, prevede:

- a) *l’obbligo per il soggetto gestore di emanare una “Carta della qualità dei servizi”*
- b) *la consultazione obbligatoria delle associazioni dei consumatori;*
- c) *la verifica periodica, con la partecipazione delle associazioni dei consumatori, dei parametri quantitativi e qualitativi del servizio erogato fissati nel contratto di servizio;*
- d) *un sistema di monitoraggio permanente del rispetto dei parametri fissati nel contratto di servizio e di quanto stabilito nelle Carte della qualità dei servizi, svolto sotto la diretta responsabilità dell’ente locale o dell’ambito territoriale ottimale, con la partecipazione delle associazioni dei consumatori ed aperto alla ricezione di osservazioni e proposte;*
- e) *istituzione di una sessione annuale di verifica del funzionamento dei servizi tra ente locale, gestori dei servizi ed associazioni dei consumatori;*
- f) *previsione che le attività di cui alle lettere b), c) e d) siano finanziate con un prelievo a carico dei soggetti gestori del servizio, predeterminato nel contratto di servizio per l’intera durata del contratto stesso.*

L’obiettivo generale di queste due norme è chiaro: dare più forza ai consumatori nel mercato e, quindi riequilibrare il rapporto attualmente sbilanciato e che vede il cittadino come anello debole della catena commerciale dei beni e dei servizi.

**L'articolo 148 della legge finanziaria 2001 (L. 388/2000)** prevede invece che le sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato vengano destinate ad iniziative a vantaggio dei consumatori. La scelta delle iniziative da finanziare di volta in volta è affidata al Ministro dell'Industria (ora dello Sviluppo Economico) con apposito decreto, sentite le competenti commissioni parlamentari.

Analogamente, l'art. 11-bis della L. 80/2005 prevede che le sanzioni irrogate dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas siano destinate ad iniziative a vantaggio dei consumatori, di tipo reintegratorio o di risarcimento forfetario dei danni subiti. Per le modalità di attuazione, la legge rinvia ad un successivo regolamento, da adottarsi previo parere delle competenti Commissioni parlamentari.

Sulla base della prima disposizione a partire dal 2003 il Ministero dello Sviluppo Economico ha assegnato alle associazioni dei consumatori e alle regioni, risorse derivanti dalle sanzioni irrogate dall'autorità garante della concorrenza del mercato.

Ad oggi i programmi finanziati sono stati 5 ed hanno avuto carattere biennale permettendo alla Regione Toscana di poter usufruire mediamente di circa 400/500.000 euro l'anno per la realizzazione dei propri interventi.

L'ultimo programma finanziato denominato Consum@zione è tuttora in corso di attuazione e, per la prima volta si stanno riscontrando seri problemi legati al finanziamento. Le risorse destinate ai programmi regionali dal Decreto del 28 maggio 2010 infatti sono state impegnate solo in misura del 45% circa e, alla data del NURV del 14 novembre 2011, è stato comunicato che le restanti risorse non verranno impegnate quest'anno. La decisione del Ministero dello Sviluppo Economico creerà gravi difficoltà soprattutto nella gestione di servizi attivati e realizzati per dare assistenza ai consumatori (es: supporto sportelli prontoconsumatore).

Nel febbraio 2008 la Regione Toscana, unica in Italia, ha approvato la terza legge in ordine di tempo per la tutela dei consumatori. **La legge regionale 9/2008** sostituisce la precedente, la l.r. 1/2000, modificandone non tanto i principi e gli obiettivi, quanto gli aspetti organizzativi e gestionali.

Come abbiamo visto l'ambito legislativo delle regioni è molto ristretto, tuttavia dopo alcuni anni di programmazione è stato necessario predisporre ed adottare un sistema di gestione che consenta una più efficace attività di indirizzo e controllo da parte della Regione di concerto con il CRCU (Comitato Regionale Consumatori Utenti) nei confronti delle associazioni dei consumatori che, attraverso le loro attività di assistenza, educazione e informazione, rappresentano lo strumento operativo di attuazione delle politiche regionali in una logica di sussidiarietà orizzontale.

La legge, insieme al regolamento d'attuazione 54/r/2008, ha il merito di aver sistematizzato le procedure relative a:

- iscrizione e rinnovo dell'iscrizione nell'elenco regionale da parte delle associazioni;
- funzionamento del Comitato Regionale Consumatori Utenti organo di rappresentanza e consultazione delle associazioni presso la Giunta regionale;
- concessione dei contributi e verifica dei risultati finanziari e di gestione;
- revoca dei contributi e cancellazione dall'elenco.

### **1.1.2 Contesto socio economico**

**Il contesto socio economico attuale** vede una profonda crisi economica che si riflette non solo sulle tasche ma anche sui diritti dei consumatori.

Comportamenti sleali, caratterizzati dall'azzardo morale e dall'asimmetria informativa, si vanno moltiplicando e sempre più spesso emergono le pratiche commerciali scorrette.

La difficoltà economica in cui versano le imprese e la frammentazione della filiera di prodotto/servizio con delocalizzazioni spesso difficili da tracciare, fanno sì che sia sempre più difficile per il cittadino individuare una controparte certa con cui interloquire.

La competizione nel mercato è infatti presente ormai in tutti i campi e l'ondata di liberalizzazioni dei servizi pubblici non ha fatto altro che ampliare il fronte con cui il cittadino deve confrontarsi.

A ciò si aggiunge anche una generale crisi finanziaria che, con la contrazione del credito e la ristrutturazione degli istituti bancari in atto, moltiplica l'incertezza e le difficoltà per gli utenti non solo da un punto di vista economico.

L'Italia risente particolarmente della crisi economico-finanziaria sia per il debito pubblico sia per l'elevato livello di qualità dei servizi offerti ai cittadini dallo stato sociale che costituisce una fetta importante di spesa pubblica. La riduzione dei costi dello Stato, oggi divenuta necessaria per far quadrare i conti, mette a rischio la qualità e quantità dei servizi offerti facendo lievitare il contributo dell'utente al pagamento del costo del servizio o, addirittura, aumentando il ricorso a servizi privati. Anche sul fronte dell'etica del consumo il contesto economico generale non risulta particolarmente favorevole poichè la ridotta capacità di spesa orienta i consumatori verso prodotti a basso costo che oltre ad offrire minori garanzie di qualità, provengono generalmente da Paesi che sono poco attenti alla tutela dell'ambiente e alle condizioni di lavoro.

Si deve infine aggiungere un cambiamento epocale in atto dovuto all'avvento delle nuove tecnologie di informazione che permettono acquisti transnazionali con un semplice "clic" ma che per contro impongono di affrontare nuovi problemi sulla gestione dei contratti a distanza, sulla sicurezza delle transazioni e sul rischio del furto dei dati personali.

In questa situazione è sempre più difficile per il cittadino essere consapevole dei propri diritti ma spesso è difficile anche l'accesso alla corretta informazione per poter esercitare criticamente il diritto di scelta in modo da orientare il mercato e contribuire ad innescare meccanismi virtuosi insieme a quei soggetti economici che hanno fatto dell'etica di mercato la loro mission.

### **La Regione in questo contesto può intervenire su tre fronti:**

- a) promuovere l'educazione e l'informazione
- b) sviluppare servizi di assistenza ai cittadini
- c) garantire la partecipazione delle rappresentanze dei cittadini nella definizione degli indirizzi e nella valutazione dei servizi erogati.

Gli indirizzi del PRS sono quindi coerenti con le competenze costituzionalmente riconosciute e sancite dalla legge regionale, rappresentano inoltre un percorso logico dell'attività programmata e realizzata negli ultimi anni, infatti:

1. A partire dal 2003 la regione si è dotata di un sistema di assistenza ai consumatori utenti (Sportelli prontoconsumatore) che oggi è costituita da 92 sportelli e oltre 200 punti di assistenza dislocati sul territorio regionale. I risultati raggiunti nel corso dell'ultimo anno ci fanno capire quanto sia importante il servizio erogato, sono infatti circa 12000 le pratiche gestite per conto dei cittadini con un aumento progressivo dei contenziosi sui servizi pubblici liberalizzati.

2. L'educazione al consumo ha visto la regione in prima fila attraverso il portale giovaniconsumatori e la realizzazione di programmi scolastici a cui in ogni edizione hanno partecipato circa 100 scuole. Ma l'educazione e l'informazione è stata orientata anche agli adulti.

In analogia con le tematiche rivolte agli studenti relative ad una sana educazione alimentare, ci si rivolge infatti anche ai lavoratori che, essendo costretti ad usufruire di mense, bar o trattorie nel corso della giornata, possono trovare la stessa attenzione nell'offerta di un pasto corretto ed equilibrato realizzato seguendo le linee guida sul "Pranzo sano fuori casa", emanate dalla Regione grazie alla collaborazione fra strutture regionali, ASL, Associazioni di categoria e Associazioni dei consumatori.

Strumenti dell'informazione e diffusione di tali iniziative sono il sito prontoconsumatore.it e prezzinvista.it che costituiscono due fra i più importanti network nazionali per l'informazione specializzata al consumatore utente. Oltre al web anche la TV ha rappresentato e costituisce uno strumento di primo piano nell'informazione regionale ai cittadini grazie ad un rapporto consolidato con la testata RAI TG Toscana e Toscana TV. Da due anni inoltre, attraverso il progetto Infoconsumo, è in corso una profonda riorganizzazione del servizio di informazione con l'integrazione dei vari media allo scopo di ottimizzare le risorse disponibili ed essere maggiormente efficaci nei confronti dei cittadini.

3. La partecipazione delle rappresentanze dei consumatori alla definizione delle politiche regionali avviene attraverso il Comitato Regionale Consumatori Utenti che costituisce un vero e proprio tavolo di concertazione a disposizione della Giunta Regionale. Se in passato questo organismo non ha assunto un grande rilievo, successivamente all'approvazione della nuova legge ed in particolare dall'inizio di questa legislatura, è stato avviato un rapporto più stretto con la Giunta, tanto che in seno al CRCU sono stati creati dei gruppi di lavoro allo scopo di seguire più da vicino il processo di formazione delle politiche regionali. Anche all'interno delle CCIAA le

associazioni dei consumatori sono presenti con una loro rappresentanza e molti passi avanti sono stati fatti in questi anni nella regolamentazione del mercato anche grazie al loro supporto. Il fronte dei servizi pubblici locali risulta attualmente il più carente sia perchè in fase di regolamentazione sia perchè la cultura della partecipazione nella gestione dei servizi stenta ad affermarsi. La norma introdotta dalla finanziaria 2008 (Legge 244/2007 art. 2, comma 461) in questo senso cerca di dare una risposta all'esigenza di ascolto manifestata dagli utenti e, già nell'ultimo anno, in Toscana sono stati avviati importanti confronti con le autorità di ambito e con gli enti locali in attesa di definire un ruolo delle rappresentanze dei consumatori all'interno della disciplina regionale sui servizi pubblici locali che dovrà nascere alla luce del nuovo contesto normativo delineato dall'esito dei referendum del 12 e 13 giugno 2011.

### 1.1.3 Analisi SWOT

La Regione Toscana ha messo a punto un sistema di strumenti ed azioni per la tutela dei consumatori che rappresenta un'eccellenza nel panorama nazionale.

Le risorse finora investite hanno permesso di raggiungere importanti risultati e di avviare un processo costante di miglioramento delle performances soprattutto nel sistema di assistenza ai cittadini.

<b>Punti di forza</b>	<b>Punti di debolezza</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) una rete di 92 sportelli Prontoconsumatore con oltre 200 punti per l'assistenza ai cittadini gestiti dalle associazioni dei consumatori, accreditati dalla Regione Toscana e diffusi su tutto il territorio regionale;</li> <li>b) qualità delle competenze, delle modalità associative e delle forme di tutela a fronte della pluralità e diversità dell'impegno richiesto dai problemi segnalati alle associazioni;</li> <li>c) un'associazione di secondo livello, il Centro Tecnico per il Consumo, che permette di realizzare interventi di carattere unitario in collaborazione con tutte le associazioni e che pertanto conferisce maggiore efficacia alle azioni intraprese;</li> <li>d) una grande dinamicità delle associazioni dei consumatori sul territorio ed una buona coesione delle medesime nell'attuazione delle politiche;</li> <li>e) una collaborazione consolidata con il sistema camerale toscano;</li> <li>f) un orientamento ormai pluriennale alla diffusione della cultura della sostenibilità del consumo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori;</li> <li>b) difficoltà di reperire e mantenere il personale volontario presso gli sportelli;</li> <li>c) livelli di organizzazione dei servizi resi dalle associazioni non omogenei ma, comunque, in fase evolutiva;</li> <li>d) mancanza di finanziamenti adeguati e costanti per assicurare la continuità e la crescita del servizio di assistenza svolto dagli sportelli dei consumatori.</li> </ul>
<b>Opportunità</b>	<b>Rischi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) una significativa apertura al dialogo da parte delle organizzazioni del mercato di beni e servizi;</li> <li>b) la possibilità offerta dalle disposizioni di legge di intervenire nella costruzione del nuovo assetto normativo e gestionale dei servizi pubblici locali</li> <li>c) una sempre elevata attenzione dei</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) disorientamento dei cittadini con il moltiplicarsi di pratiche sleali in questa fase di liberalizzazione dei servizi (energia in primis) e con lo sviluppo del mercato elettronico;</li> <li>b) mancanza di una politica nazionale certa a sostegno del consumerismo;</li> <li>c) perdita della necessaria attenzione da</li> </ul>

<p>“media” alle tematiche di consumo ed utenza;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>d) una buona conoscenza da parte dei cittadini del sistema di tutela dei consumatori attivato in Toscana.</li><li>e) una sempre più efficace sinergia e collaborazione fra le diverse strutture regionali coinvolte</li><li>f) una informazione sempre più ampia ed economicamente più conveniente attraverso gli strumenti attivati</li></ul>	<p>parte della politica che potrebbe vedere la tutela dei consumatori come un ostacolo al libero mercato e non un’opportunità nella sua regolamentazione.</p>
--	---



## 1.2 OBIETTIVI GENERALI

Gli obiettivi della tutela dei consumatori e utenti in Toscana sono individuati nell'art. 1 della legge regionale 20 febbraio 2008 n. 9. Esiste pressoché una corrispondenza biunivoca fra questi obiettivi e i diritti dei consumatori sanciti dall'art. 2 del Codice del Consumo (D.Lgs. 6 settembre 2005 n. 206). Le finalità della legge regionale rappresentano i meta-obiettivi di riferimento del Piano.

<b>Diritti dei consumatori</b> <i>Art. 2 Codice del consumo</i>	<b>Finalità</b> <i>Art.1 comma 2, Legge regionale 9/2008</i>
alla tutela della salute;	lettera a) tutela e promozione della salute;
alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi;	lettera b) tutela e promozione della sicurezza, igienicità e qualità dei prodotti, della sicurezza e qualificazione dei processi produttivi, della salvaguardia dell'ambiente, della valorizzazione del paesaggio e dello sviluppo sostenibile;
ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità;	lettera d) promozione della formazione e dell'informazione dei consumatori e degli utenti, anche in funzione dello sviluppo di un rapporto socio economico più consapevole e in fl uente con gli attori della produzione, della distribuzione e dei servizi;
all'educazione al consumo;	
alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali;	lettera c) tutela degli interessi economici e giuridici dei consumatori e degli utenti, sviluppando una cultura della correttezza e dell'equità nei rapporti contrattuali e promuovendo sedi di risoluzione alternativa, anche telematica, delle controversie;
alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti	Lettera e) riconoscimento del rilievo dell'associazionismo tra i cittadini, quali consumatori e utenti, anche per realizzare iniziative efficaci di carattere unitario e coordinato; lettera f) sostegno dei servizi rivolti ai cittadini, su autonoma iniziativa delle associazioni dei consumatori e degli utenti; lettera g) promozione dell'affermazione dei diritti di cittadinanza;
all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza.	Lettera h) promozione della collaborazione e di accordi fra associazioni di consumatori e utenti, pubbliche amministrazioni, imprese costituite anche in forma cooperativa ed altri soggetti, pubblici e privati, per l'erogazione dei servizi pubblici conformemente a standard di qualità e di efficienza.

E' inoltre necessario prima di passare alla declinazione degli obiettivi generali tenere conto, per quanto di competenza della Regione, del rispetto dei dieci principi di base enunciati dalla Commissione Europea per garantire un elevato livello di tutela dei consumatori:

1. Comprare ciò che si vuole, dove si vuole,
2. Restituire ciò che non funziona,
3. Norme di sicurezza elevate per alimenti e altri beni di consumo,
4. Informarsi su ciò che si mangia,
5. Contratti equi nei confronti dei consumatori,
6. A volte i consumatori possono cambiare idea,
7. Confrontare i prezzi deve essere più facile,
8. I consumatori non vanno ingannati,
9. La tutela dei consumatori durante le vacanze,
10. Mezzi di ricorso efficaci per le controversie transfrontaliere;

Gli obiettivi generali sono stati individuati nel PRS attraverso gli indirizzi di legislatura e sono i seguenti:

1. Qualificare il ruolo del Comitato Regionale Consumatori Utenti nella sua funzione di organo di consultazione della Regione Toscana attraverso procedure e modalità organizzative che ne garantiscono l'effettivo coinvolgimento nella definizione della normativa regionale;
2. assicurare un ruolo delle rappresentanze dei consumatori utenti coerente con la normativa nazionale nella nuova disciplina dei servizi pubblici locali ed in linea con le esigenze dei mercati in evoluzione;
3. offrire il necessario supporto agli sportelli Prontoconsumatore per garantire standard di assistenza di maggiore qualità su tutto il territorio regionale;
4. promuovere l'educazione al consumo prioritariamente nei confronti delle nuove generazioni, con iniziative nelle scuole, con particolare riferimento alle politiche regionali che promuovono corretti stili di vita, anche in una logica di prevenzione di futuri problemi di salute;
5. promuovere un sistema di tutela e informazione tale da garantire al cittadino, ed in particolare alle fasce meno protette della popolazione, l'esercizio del diritto di scelta in modo consapevole, anche rispetto alle opportunità offerte dall'economia sostenibile e solidale.

E' importante inoltre per una maggiore efficacia del sistema di tutela dei consumatori attivato che si perseguano anche i seguenti obiettivi di carattere organizzativo/gestionale:

- a) garantire la massima integrazione delle politiche regionali che afferiscono agli interessi ed ai diritti dei consumatori per ottimizzare le risorse e rendere efficace il sistema di tutela e assistenza ai cittadini attivato;
- b) tenere conto delle esigenze specifiche di genere secondo il principio di mainstreaming affinché sia la domanda che l'offerta di prodotti del mercato non siano condizionati da falsi stereotipi utilizzati solo ad appannaggio della pubblicità ingannevole;
- c) consolidare il sistema di monitoraggio già sperimentato positivamente, attivando anche un'indagine di benchmarking con altre realtà nazionali ed europee.

### 1.3 OBIETTIVI SPECIFICI

Gli obiettivi specifici sono stati individuati sulla base delle seguenti considerazioni:

1. Gli obiettivi specifici devono essere coerenti con gli obiettivi generali di carattere organizzativo gestionale rispetto all'integrazione con le altre politiche regionali, con i principi di pari opportunità e con il sistema di gestione attivato.
2. E' necessario dare continuità all'azione svolta negli anni e che è alla base del ruolo della Regione e delle associazioni dei consumatori. L'assistenza ai cittadini fornita dagli sportelli e la corretta informazione sono la base del sistema di tutela dei consumatori adottato dalla Regione Toscana, la rete degli sportelli Prontoconsumatore è infatti un sistema consolidato di punti di assistenza nato nel 2003 e sviluppato nel corso degli anni così come l'attività di informazione trova le sue fondamenta nei rapporti con la Rai TG Toscana e l'attività realizzata dal Centro tecnico per il Consumo con il sito internet Prontoconsumatore e Giovaniconsumatori.
3. La novità sostanziale rispetto al passato è costituita dalla necessità di potenziare il ruolo politico dei consumatori per garantire una maggiore equità nel mercato dei beni e dei servizi.
4. Il sistema di monitoraggio attivato a partire dall'attuazione della legge regionale 9/2008 permette di sviluppare nel tempo una base conoscitiva sull'evoluzione dell'attività in grado di evidenziare la qualità e l'efficacia dell'azione regionale, è necessario quindi mantenere un sistema di obiettivi e azioni coerente col recente passato e, come indicato negli obiettivi di carattere organizzativo/gestionale, consolidare il monitoraggio per poi confrontare la nostra realtà con altre regioni italiane ed europee.
5. In questo contesto le alternative più che a livello di obiettivi specifici, possono interessare le azioni da intraprendere nel perseguimento degli obiettivi individuati, nella consapevolezza che la difficile situazione economica potrà non consentire l'attivazione delle azioni previste soprattutto se verranno meno le risorse ministeriali.

Obiettivi generali	Obiettivi specifici
1. Qualificare il ruolo del Comitato Regionale Consumatori Utenti nella sua funzione di organo di consultazione della Regione Toscana attraverso procedure e modalità organizzative che ne garantiscono l'effettivo coinvolgimento nella definizione della normativa regionale;	1.1 Sistematizzare il coinvolgimento e la partecipazione del CRCU nella formazione degli atti della Giunta Regionale
2. assicurare un ruolo delle rappresentanze dei consumatori utenti coerente con la normativa nazionale nella nuova disciplina dei servizi pubblici locali ed in linea con le esigenze dei mercati in evoluzione	2.1 Recepire la normativa nazionale introdotta dalla Legge 244/2007 art. 2, comma 461.
3. offrire il necessario supporto agli sportelli Prontoconsumatore per garantire standard di assistenza di maggiore qualità su tutto il territorio regionale	3.1 Qualificare gli operatori 3.2 Fornire strumenti di supporto agli operatori di sportello
4. promuovere l'educazione al consumo prioritariamente nei confronti delle nuove generazioni, con iniziative nelle scuole, con particolare riferimento alle politiche regionali che promuovono corretti stili di vita, anche in una logica di prevenzione di futuri problemi di salute	4.1 Educare i giovani in età scolare al consumo consapevole 4.2 Sensibilizzare e aggiornare gli insegnanti sui temi del consumo ed in particolare sui rischi di patologie nei giovani. 4.3 Sensibilizzare e coinvolgere i genitori
5 promuovere un sistema di tutela e informazione tale da garantire al cittadino, ed in particolare alle fasce meno protette della popolazione, l'esercizio del diritto di scelta in modo consapevole, anche rispetto alle opportunità offerte dall'economia sostenibile e solidale	5.1 Sostenere l'attività di assistenza fornita dalle associazioni dei consumatori 5.2 Promuovere modalità e sistemi di consumo sostenibili 5.3 Garantire la massima informazione del consumatore

## 1.4 IDENTIFICAZIONE AZIONI E STRUMENTI DI ATTUAZIONE E RACCORDO CON ALTRI LIVELLI ISTITUZIONALI

In base alla legge regionale 9/2008, la Regione Toscana interviene con iniziative a vantaggio dei consumatori, solo con interventi diretti o attraverso un meccanismo di sussidiarietà orizzontale, ossia attraverso le associazioni dei consumatori operanti ed effettivamente presenti sul territorio regionale, non ci sono quindi altri livelli istituzionali coinvolti se non in una fase di concertazione o per realizzare un partenariato progettuale in fase operativa.

**Tabella riepilogativa degli obiettivi e delle relative azioni per obiettivo specifico**

Obiettivo generale	Obiettivi specifici	Azioni	Strumenti di attuazione	Attori da coinvolgere
Obiettivo generale 1 Qualificare il ruolo del Comitato Regionale Consumatori Utenti nella sua funzione di organo di consultazione della Regione Toscana attraverso procedure e modalità organizzative che ne garantiscono l'effettivo coinvolgimento nella definizione della normativa regionale	Obiettivo 1.1 Sistematizzare il coinvolgimento e la partecipazione del CRCU nella formazione degli atti della Giunta Regionale	Azione 1.1.1 Definizione di una procedura di consultazione del CRCU per atti della Giunta Regionale	- Atto di giunta/CTD	Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008  Regione Toscana D.G. Presidenza e altre DG interessate.
		Azione 1.1.2 CRCU – definizione di una procedura amministrativa interna e organizzazione dell'ufficio per la gestione dei pareri da esprimere alla Giunta Regionale	- Decreto dirigenziale/disposizione di servizio	Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008  Regione Toscana D.G. Presidenza
Obiettivo generale 2 assicurare un ruolo delle rappresentanze dei consumatori utenti coerente con la normativa nazionale nella nuova disciplina dei servizi pubblici locali ed in linea con le esigenze dei mercati in evoluzione	Obiettivo 2.1 Recepire la normativa nazionale introdotta dalla Legge 244/2007 art. 2, comma 461	Azione 2.1.1 Previsione, all'interno delle nuove disposizioni regionali in materia, di un ruolo delle associazioni dei consumatori coerente con la Legge 244/2007 art. 2 comma 461.	- Atti di Giunta (Proposta di legge, proposta di regolamento)	Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008  Regione Toscana D.G. Politiche territoriali ambientali e per la mobilità

<p>Obiettivo generale 3 offrire il necessario supporto agli sportelli Prontoconsumatore per garantire standard di assistenza di maggiore qualità su tutto il territorio regionale</p>	<p>Obiettivo 3.1 Qualificare gli operatori</p>	<p>Azione 3.1.1 Creazione e somministrazione di moduli formativi e di aggiornamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di Attuazione annuale</li> <li>- Progetto Infoconsumo</li> <li>- Iniziative realizzate dalle associazioni dei consumatori anche attraverso associazioni di secondo livello</li> </ul>	<p>Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello</p>
	<p>Obiettivo 3.2 Fornire strumenti di supporto agli operatori di sportello</p>	<p>Azione 3.2.1 Creazione e diffusione di applicativi software e modulistica standard</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di Attuazione annuale</li> <li>- Progetto Infoconsumo</li> </ul>	<p>Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello</p>
<p>Obiettivo generale 4 promuovere l'educazione al consumo prioritariamente nei confronti delle nuove generazioni, con iniziative nelle scuole, con particolare riferimento alle politiche regionali che promuovono corretti stili di vita, anche in una logica di prevenzione di futuri problemi di salute</p>	<p>Obiettivo 4.1 educare i giovani in età scolare al consumo consapevole</p>	<p>Azione 4.1.1 Realizzazione di un programma regionale di educazione al consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di Attuazione annuale</li> <li>- Progetto Infoconsumo</li> <li>- Tavolo Scuola Regione</li> <li>- Iniziative realizzate dalle associazioni dei consumatori anche attraverso il Centro Tecnico per il consumo</li> </ul>	<p>Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello</p> <p>Ufficio scolastico regionale</p> <p>Regione Toscana DG Competitività del sistema regionale e sviluppo delle competenze</p>
	<p>Obiettivo 4.2 Sensibilizzare e aggiornare gli insegnanti sui temi del consumo ed in particolare sui rischi di patologie nei giovani</p>	<p>Azione 4.2.1 Realizzazione e diffusione di banche dati e strumenti didattici sull'educazione al consumo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di Attuazione annuale</li> <li>- Progetto Infoconsumo</li> <li>- Tavolo scuola Regione</li> <li>- Iniziative realizzate dalle associazioni dei consumatori anche attraverso il Centro Tecnico per il consumo</li> </ul>	<p>Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello</p> <p>Ufficio scolastico regionale</p> <p>Regione Toscana DG Competitività del sistema regionale e sviluppo delle competenze e DG Diritti di cittadinanza e coesione sociale</p>

	Obiettivo 4.3 Sensibilizzare e coinvolgere i genitori	Azione 4.3.1 Realizzazione di format multimediali per l'informazione alle famiglie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di Attuazione annuale</li> <li>- Progetto Infoconsumo</li> <li>- Tavolo scuola Regione</li> <li>- Iniziative realizzate dalle associazioni dei consumatori anche attraverso il Centro Tecnico per il consumo</li> </ul>	<p>Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello</p> <p>Ufficio scolastico regionale</p> <p>Regione Toscana DG Competitività del sistema regionale e sviluppo delle competenze</p>
Obiettivo generale 5 promuovere un sistema di tutela e informazione tale da garantire al cittadino, ed in particolare alle fasce meno protette della popolazione, l'esercizio del diritto di scelta in modo consapevole, anche rispetto alle opportunità offerte dall'economia sostenibile e solidale	Obiettivo 5.1 Sostenere l'attività di assistenza fornita dalle associazioni dei consumatori	Azione 5.1.1 Razionalizzazione e qualificazione degli sportelli Prontoconsumatore	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di Attuazione annuale</li> <li>- Iniziative di assistenza al cittadino realizzate dalle associazioni dei consumatori</li> </ul>	Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello
	Obiettivo 5.2 Promuovere modalità e sistemi di consumo sostenibili	Azione 5.2.1 Valorizzazione del consumo sostenibile	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di Attuazione annuale</li> <li>- Iniziative realizzate dalle associazioni dei consumatori anche attraverso il Centro Tecnico per il consumo</li> </ul>	Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello  Organizzazioni di categoria
		Azione 5.2.2 Sperimentazione nuove modalità di sostenibilità del consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di attuazione</li> <li>- Iniziative realizzate direttamente dalla regione Toscana (Progetti Life+, NEPIM)</li> </ul>	Partner progettuali.  Organizzazioni di categoria  Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello
	Obiettivo 5.3 Garantire la massima informazione del consumatore	Azione 5.3.1 Informazione itinerante sul territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione Toscana dei consumatori</li> <li>- Documento di Attuazione annuale</li> <li>-</li> </ul>	<p>Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello</p> <p>Organizzazioni di categoria</p>

		Azione 5.3.2 Realizzazione di format multimediali per l'informazione ai cittadini	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento di attuazione annuale</li> <li>- Promozione e aggiornamento dei siti: Prontoconsumatore.it</li> <li>- Prezzinvista.it</li> <li>- Progetto Infoconsumo</li> </ul>	Associazioni iscritte nell'elenco regionale ex l.r. 9/2008 e loro associazione di secondo livello Network televisivi e radiofonici Testate giornalistiche
--	--	--	---	---

### **Criteri per la scelta delle iniziative da realizzare annualmente ex art. 5 comma 1 della legge regionale 9/2008**

La scelta delle iniziative per la ripartizione delle risorse destinate all'attuazione del Piano dovrà tenere conto prioritariamente dei seguenti criteri:

- garantire la continuità del servizio di informazione e assistenza al cittadino da parte degli sportelli delle associazioni dei consumatori presenti sul territorio regionale (riferimento: obiettivo 5.1);
- mantenere elevata l'offerta informativa ed educativa volta alla promozione del consumo consapevole e alla partecipazione civica dei consumatori (riferimenti: obiettivi 4.1, 4.2, 4.3, 5.2, 5.3).

### **Criteri per l'assegnazione dei contributi da riservare alle associazioni dei consumatori ex art. 5 comma 1 della legge regionale 9/2008**

L'assegnazione annuale dei contributi alle associazioni dei consumatori dovrà tenere conto dei seguenti criteri:

- per le attività di informazione e formazione realizzate dalle associazioni dei consumatori ai sensi dell'art. 10 della legge regionale 9/2008 devono essere privilegiate le iniziative presentate unitariamente dalle associazioni dei consumatori ai sensi dell'art. 6, comma 4, lettera c) della legge regionale 9/2008;
- per le attività di assistenza al cittadino presentate dalle singole associazioni dei consumatori ai sensi dell'art. 6, comma 4, lettera b) devono essere valorizzati prioritariamente gli sportelli organizzati su base provinciale che possono essere articolati sul territorio attraverso punti di assistenza per poter offrire un servizio di prossimità a tutta la popolazione.

## 1.5 QUADRO FINANZIARIO DI RIFERIMENTO PLURIENNALE

Tabella riepilogativa del quadro di riferimento finanziario pluriennale

UPB	CORR/INV	FONTE	ANNO 2012	ANNO 2013	ANNO 2014	ANNO 2015	TOTALE
142	Corrente	Regione	20.000	20.000	20.000	20.000	80.000
117	Corrente	Regione	253.600	253.600	253.600	253.600	1.014.400
<b>TOT</b>			<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>1.094.400</b>

## 1.6. INDIVIDUAZIONE DELLE MODALITA' DI CONFRONTO ESTERNO

Il confronto esterno ha previsto una fase di concertazione e una fase di partecipazione.

Il Piano è stato sottoposto al Tavolo di Concertazione Generale il 22 novembre 2011 e al Comitato Regionale Consumatori Utenti il 30/11/2011.

La partecipazione è stata attivata attraverso un comunicato stampa e la pubblicazione nel sito internet istituzionale e su Prontoconsumatore.it.



Il Comitato Regionale Consumatori Utenti ha espresso il seguente parere:

**Comitato Regionale Consumatori Utenti  
IX legislatura (2010-2015)**

Oggetto: Parere del Comitato Regionale Consumatori Utenti sul Piano di indirizzo per la tutela e la difesa dei consumatori e degli utenti 2012-2015.

Premesso che la Regione Toscana ha ottenuto risultati di eccellenza nell'assistenza e informazione ai consumatori utenti recentemente riconosciuti anche dal Consiglio Nazionale Consumatori Utenti;

che tali risultati sono dovuti ad uno sforzo organizzativo e all'impegno delle associazioni dei consumatori che in particolare hanno creato una rete capillare sportelli diffusi su tutto il territorio regionale composta da oltre 200 punti di assistenza ai cittadini;

che i risultati si sono potuti ottenere grazie ad un impegno economico medio annuo nel periodo 2003-2010 di circa € 750.000 di cui circa € 350.000 messi a disposizione dalla Regione Toscana nel bilancio di parte corrente e circa € 400.000 assegnati dal Ministero dello Sviluppo Economico utilizzando le risorse derivanti dalle multe comminate dall'Autorità Antitrust ai sensi dell'art. 148 della legge 23 dicembre 2000, n.388;

che nel 2011 il Ministero dello Sviluppo Economico non ha provveduto all'impegno delle risorse già assegnate con decreto ministeriale 28/05/2010 generando allo stato attuale una sostanziale diminuzione di risorse pari a € 450.000,00, impedendo di portare a compimento le attività previste nel documento di attuazione annuale per lo stesso periodo;

che le previsioni del Piano di Indirizzo per la tutela e la difesa dei consumatori e degli utenti 2012-2015 vedono una riduzione ulteriore delle risorse disponibili con un taglio da parte della Regione Toscana di circa € 100.000,00 del budget annuale che da 370.993,00 passa a 273.600,00 e questo in una situazione in cui è ragionevolmente prevedibile che le risorse ministeriali per lo stesso periodo non saranno assegnate alle regioni per sostenere le politiche a vantaggio dei consumatori con una riduzione complessiva del budget di circa il 67%;

Il Comitato Regionale Consumatori Utenti nella seduta del 30/11/2011

Pur condividendo gli obiettivi del Piano di indirizzo sottoposto a concertazione ritenendoli fondamentali soprattutto nella grave situazione economico finanziaria in cui si trovano le famiglie italiane,

Ritiene che la mancanza di risorse rappresenti un grosso limite alla realizzazione del Piano ma anche al mantenimento degli attuali livelli di assistenza e informazione ai cittadini.

Sostiene che il piano di indirizzo deve essere quindi considerato sfidante rispetto alla situazione che sta attraversando la nostra società e deve essere attuato con la dovuta flessibilità da parte di tutti;

Auspica il massimo impegno da parte dell'Amministrazione regionale per mettere in atto tutte quelle azioni in grado di produrre risorse anche attraverso la fattiva applicazione della lettera f), comma 461 dell'art. 2 della legge 244/2007 come già previsto nell'obiettivo specifico 2.1 del piano di indirizzo 2012-2015;

**1.7. DEFINIZIONE DEL CRONOGRAMMA**

Mese/anno		2011							2012
		Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic	Gen
<b>FASE</b>	<b>AZIONE</b>								
<b>A</b> <b>INFORMATIVA</b>	<b>1.1: Elaborazione</b>	X							
	<b>1.2: Esame CTD</b>	16/6							
	<b>1.3: Esame della GR</b>		4/7						
	<b>1.4: Indirizzi CR</b>		X	XXXX	XXXX				
<b>B</b> <b>PROPOSTA</b>	<b>2.1: Elaborazione</b>					XXXX			
	<b>2.2: Esame del NURV</b>						XX		
	<b>2.3: Esame del CTD</b>						XX		
	<b>2.4: Partecipazione</b>						X	X	
	<b>2.5: Concertazione</b>						X	X	
<b>C</b> <b>PROPOSTA</b> <b>FINALE</b>	<b>3.1: Elaborazione</b>							XXXX	
	<b>3.2: Esame della GR</b>							XX	
	<b>3.3: Esame/approv. CR</b>								XXXX

I tempi previsti potranno subire variazioni subordinate alle tempistiche delle attività consiliari.

## **2. SEZIONE VALUTATIVA**

### **2.1 VALUTAZIONE DI COERENZA ESTERNA**

La coerenza esterna verticale del Piano di indirizzo per la tutela e la difesa dei consumatori e degli utenti può essere effettuata mettendo in relazione:

elementi di analisi – scenari, obiettivi del PRS e obiettivi generali del Piano.

Il Piano infatti non è in relazione con il PIT e non esiste una programmazione comunitaria e nazionale di riferimento.

Tabella di riepilogo della coerenza esterna verticale

Elementi analisi scenari	Obiettivi del PRS	Obiettivi dei PIS	Obiettivo generale
<p>La legge regionale 9/2008 all'art. 3 prevede che il CRCU debba esprimere pareri su atti di programmazione e proposte di legge che direttamente o indirettamente interessano i consumatori e gli utenti. Deve essere attivata una procedura in tal senso.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di Forza d) una grande dinamicità delle associazioni dei consumatori sul territorio ed una buona coesione delle medesime nell'attuazione delle politiche;</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori</p> <p>Opportunità e) Una sempre più efficace sinergia e collaborazione fra le diverse strutture regionali coinvolte.</p> <p>Rischio c) Perdita della necessaria attenzione da parte della politica che potrebbe vedere la tutela dei consumatori come un ostacolo al libero mercato e non un'opportunità nella sua regolamentazione.</p>	<p><b>1. qualificare il ruolo del Comitato Regionale Consumatori Utenti</b> nella sua funzione di organo di consultazione della Regione Toscana attraverso procedure e modalità organizzative che garantiscano l'effettivo coinvolgimento nella definizione della normativa regionale;</p>		<p>Obiettivo generale 1</p> <p>Qualificare il ruolo del Comitato Regionale Consumatori Utenti nella sua funzione di organo di consultazione della Regione Toscana attraverso procedure e modalità organizzative che ne garantiscono l'effettivo coinvolgimento nella definizione della normativa regionale</p>
<p>La legge 244/2007 all'art. 2, comma 461 (finanziaria 2008) prevede che le associazioni dei consumatori vengano coinvolte in maniera attiva nella gestione della carta dei servizi. L'articolo è ad oggi inapplicato.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di Forza e) una collaborazione consolidata con il sistema camerale toscano.</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori</p> <p>Opportunità a) una significativa apertura al dialogo da parte delle</p>	<p><b>2. assicurare un ruolo delle rappresentanze dei consumatori utenti</b> coerente con la normativa nazionale nella nuova disciplina dei servizi pubblici locali ed in linea con le esigenze dei mercati in evoluzione;</p>	<p>E.4 Sistema dei servizi pubblici locali</p> <p>2. Ridefinizione della <i>governance</i> complessiva</p>	<p>Obiettivo generale 2</p> <p>assicurare un ruolo delle rappresentanze dei consumatori utenti coerente con la normativa nazionale nella nuova disciplina dei servizi pubblici locali ed in linea con le esigenze dei mercati in evoluzione</p>

<p>organizzazioni del mercato di beni e servizi</p> <p>Opportunità b) La possibilità offerta dalle disposizioni di legge di intervenire nel nuovo assetto normativo e gestionale dei servizi pubblici locali.</p> <p>Rischio a) disorientamento dei cittadini con il moltiplicarsi di pratiche sleali in questa fase di liberalizzazione dei servizi energia in primis e con lo sviluppo del mercato elettronico</p>			
<p>Le liberalizzazioni dei servizi pubblici, l'avvento dell'e-commerce, l'aumento di pratiche commerciali scorrette e aumento del contenzioso necessitano di una maggiore qualificazione ed efficienza del sistema di assistenza e tutela rappresentato dagli sportelli prontoconsumatore.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di Forza b) qualità delle competenze, delle modalità associative e delle forme di tutela a fronte della pluralità e diversità dell'impegno richiesto dai problemi segnalati alle associazioni</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori.</p> <p>Punto di debolezza b) difficoltà di reperire e mantenere il personale volontario presso gli sportelli</p> <p>Punto di debolezza c) livelli di organizzazione dei servizi resi dalle associazioni non omogenei ma, comunque, in fase evolutiva.</p> <p>Opportunità d) una buona conoscenza da parte dei cittadini del sistema di tutela dei consumatori attivato in Toscana</p> <p>Rischio b) mancanza di una politica nazionale certa a sostegno del consumerismo</p>	<p><b>3. dare supporto tecnico agli sportelli "Prontoconsumatore" per garantire standard di assistenza di maggiore qualità su tutto il territorio regionale;</b></p>		<p>Obiettivo generale 3  offrire il necessario supporto agli sportelli Prontoconsumatore per garantire standard di assistenza di maggiore qualità su tutto il territorio regionale</p>

<p>La Regione Toscana da anni ha intrapreso una campagna rivolta soprattutto ai giovani per orientarli verso corretti stili di vita nell'intento di prevenire forme di dipendenza e malattie croniche. E' necessario dare continuità all'azione intrapresa anche nell'obiettivo di ridurre i costi socio sanitari connessi agli stili di vita.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di Forza f) un orientamento ormai pluriennale alla diffusione della cultura della sostenibilità del consumo.</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori</p> <p>Punto di debolezza d) mancanza di finanziamenti adeguati e costanti per assicurare la continuità e la crescita del servizio di assistenza svolto dagli sportelli dei consumatori</p> <p>Opportunità c) una sempre elevata attenzione dei "media" alle tematiche di consumo ed utenza.</p> <p>Opportunità d) una buona conoscenza da parte dei cittadini del sistema di tutela dei consumatori attivato in Toscana</p> <p>Opportunità f) una informazione sempre più ampia ed economicamente più conveniente attraverso gli strumenti attivati</p> <p>Rischio b) mancanza di una politica nazionale certa a sostegno del consumerismo</p>	<p><b>4. promuovere:</b></p> <p><b>- l'educazione al consumo</b> nei confronti delle nuove generazioni, con iniziative nelle scuole, con particolare riferimento alle politiche regionali che promuovono corretti stili di vita, anche in una logica di prevenzione di futuri problemi di salute;</p> <p><b>- un sistema di tutela e informazione</b> tale da garantire al cittadino, e in particolare alle fasce meno protette della popolazione, l'esercizio del diritto di scelta in modo consapevole, anche rispetto alle opportunità offerte dall'economia sostenibile e solidale.</p>		<p>Obiettivo generale 4</p> <p>promuovere l'educazione al consumo prioritariamente nei confronti delle nuove generazioni, con iniziative nelle scuole, con particolare riferimento alle politiche regionali che promuovono corretti stili di vita, anche in una logica di prevenzione di futuri problemi di salute</p>
<p>Il contesto economico orienta i cittadini verso prodotti a basso costo di dubbia provenienza. E' necessario bilanciare la pubblicità con la corretta informazione soprattutto per tutelare le giovani generazioni.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di forza a) una rete di 92 sportelli Prontoconsumatore con</p>	<p><b>4. promuovere:</b></p> <p><b>- l'educazione al consumo</b> nei confronti delle nuove generazioni, con iniziative nelle scuole, con particolare riferimento alle politiche regionali che promuovono corretti stili di vita, anche in una logica di prevenzione di futuri problemi di salute;</p>	<p>PIS A.2 Semplificazione</p> <p>4. Favorire l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) nel rapporto tra Pubblica amministrazione, cittadini e imprese,</p> <p>PIS E.1 Attività economiche a presenza diffusa</p>	<p>Obiettivo generale 5</p> <p>promuovere un sistema di tutela e informazione tale da garantire al cittadino, ed in particolare alle fasce meno protette della popolazione, l'esercizio del diritto di scelta in modo consapevole, anche rispetto alle opportunità offerte dall'economia sostenibile e solidale</p>

<p>oltre 200 punti per l'assistenza ai cittadini gestiti dalle associazioni dei consumatori, accreditati dalla Regione Toscana e diffusi su tutto il territorio regionale.</p> <p>Punto di forza c) un'associazione di secondo livello, il Centro Tecnico per il Consumo, che permette di realizzare interventi di carattere unitario in collaborazione con tutte le associazioni e che pertanto conferisce maggiore efficacia alle azioni intraprese</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori</p> <p>Punto di debolezza d) mancanza di finanziamenti adeguati e costanti per assicurare la continuità e la crescita del servizio di assistenza svolto dagli sportelli dei consumatori</p> <p>Opportunità d) una buona conoscenza da parte dei cittadini del sistema di tutela dei consumatori attivato in Toscana</p> <p>Opportunità f) una informazione sempre più ampia ed economicamente più conveniente attraverso gli strumenti attivati</p> <p>Rischio a) disorientamento dei cittadini con il moltiplicarsi di pratiche sleali in questa fase di liberalizzazione dei servizi (energia in primis) e con lo sviluppo del mercato elettronico</p> <p>Rischio b) mancanza di una politica nazionale certa a sostegno del consumerismo</p>	<p><b>- un sistema di tutela e informazione</b> tale da garantire al cittadino, e in particolare alle fasce meno protette della popolazione, l'esercizio del diritto di scelta in modo consapevole, anche rispetto alle opportunità offerte dall'economia sostenibile e solidale.</p>	<p>1 Rafforzamento delle filiere agroalimentari</p>	
---	---	---	--

Per quanto riguarda la coerenza esterna orizzontale il Piano di indirizzo per la tutela e la difesa dei consumatori e degli utenti è coerente con alcuni degli obiettivi dei seguenti piani regionali di settore:

- Piano di indirizzo generale integrato istruzione, formazione, lavoro (PIGI)

- Piano regionale per la promozione e lo sviluppo dell'amministrazione elettronica e della società dell'informazione e della conoscenza
- Piano sanitario e sociale integrato regionale (PSSI)
- Piano di indirizzo integrato per le politiche sull'immigrazione
- Piano regionale agricolo forestale (PRAF)
- Piano della qualità dell'aria (PRQA)
- Piano ambientale energetico regionale (PAER)
- Piano regionale di sviluppo economico (PRSE)

Nella tabella che segue sono riportate le coerenze fra gli obiettivi generali del piano con gli obiettivi degli altri piani regionali.



### Tabella di riepilogo della coerenza esterna orizzontale

Si dà atto che la coerenza esterna orizzontale è effettuata tenendo conto delle informative preliminari che hanno, ad oggi, ricevuto gli indirizzi dal CR (tutti i piani eccetto il piano per la cultura, le politiche di genere – la cui illustrazione è prevista il 9/11/2011 -e le politiche per l’immigrazione);

Obiettivo generale	PIGI	Piano Amministrazione elettronica	PSSI	Immigrazione	Praf	PRQA	PAER	PRSE
Obiettivo generale 1 Qualificare il ruolo del Comitato Regionale Consumatori Utenti nella sua funzione di organo di consultazione della Regione Toscana attraverso procedure e modalità organizzative che ne garantiscono l'effettivo coinvolgimento nella definizione della normativa regionale								
Obiettivo generale 2 assicurare un ruolo delle rappresentanze dei consumatori utenti coerente con la normativa nazionale nella nuova disciplina dei servizi pubblici locali ed in linea con le esigenze dei mercati in evoluzione								
Obiettivo generale	Obiettivo 5	Infrastrutturare il						

3 offrire il necessario supporto agli sportelli Prontoconsumatore per garantire standard di assistenza di maggiore qualità su tutto il territorio regionale	Sviluppare il sistema regionale delle competenze e dell'orientamento	territorio toscano con copertura banda larga e attivare e gestire il nuovo Centro TIX 2.0 (Piano amministraz.elettronica)						
Obiettivo generale 4 promuovere l'educazione al consumo prioritariamente nei confronti delle nuove generazioni, con iniziative nelle scuole, con particolare riferimento alle politiche regionali che promuovono corretti stili di vita, anche in una logica di prevenzione di futuri problemi di salute	Obiettivo 1 Promuovere i percorsi di sviluppo personale, culturale e formativo dei cittadini, attraverso l'offerta di opportunità educative e la crescita del sistema scolastico		Promozione salute, benessere e diritti cittadinanza sociale(PSSI)					
Obiettivo generale 5 promuovere un sistema di tutela e informazione tale da garantire al cittadino, ed in particolare alle fasce meno protette della popolazione, l'esercizio del diritto		Ampliare conoscenze digitali cittadini, garantire accesso sicuro e unificato ai servizi per mezzo carta sanitaria (Piano amministraz.elettronica)	Promozione salute, benessere e diritti cittadinanza	Qualificazione rete servizi informativi e di tutela rivolti a cittadini stranieri da svilupparsi in una prospettiva di promozione del pieno accesso alla	Obiettivo 1 Miglioramento della competitività del sistema agricolo dando sostegno alle attività di filiera  Obiettivo 2	Obiettivo b) Migliorare il quadro conoscitivo e diffusione delle informazioni dei dati ambientali	Obiettivo 2 Razionalizzare e ridurre consumi energetici, anche con un'azione specifica rivolta ai consumi delle abitazioni Obiettivo 14 Ridurre produzione totale rifiuti e migliorare il	Asse 1.1.3 Sviluppare, qualificare e promuovere il sistema dell'offerta turistica e commerciale regionale attraverso processi di innovazione che devono riguardare sia le imprese e i territori nell'ottica della

<p>di scelta in modo consapevole, anche rispetto alle opportunità offerte dall'economia sostenibile e solidale</p>				<p>globalità dei servizi territoriali aperti a tutte le persone che risiedono o vivono nel territorio regionale</p>	<p>Valorizzazione degli usi sostenibili del territorio rurale e conservazione della biodiversità – attenzione all'ambiente che sia anche elemento di salvaguardia della salute del consumatore</p>		<p>sistema della raccolta differenziata Obiettivo 15 Promuovere uso sostenibile delle risorse idriche, favorendo il risparmio dell'acqua</p>	<p>sostenibilità ambientale, sociale e economica</p>
--	--	--	--	---	--	--	--	--

**2.2 VALUTAZIONE DI COERENZA INTERNA**

Con la coerenza interna verticale si esaminano le compatibilità fra gli scenari e obiettivi generali e specifici, indicandone qualitativamente il livello di coerenza. Di seguito è riportata una tabella di sintesi per il Piano di indirizzo per la tutela e la difesa dei consumatori e degli utenti. Si sottolinea l'alto livello di coerenza su tutti gli obiettivi.

**Tabella di riepilogo della coerenza interna verticale**

Elementi analisi scenari	Obiettivo generale	Obiettivi specifici	Livello di coerenza *
<p>La legge regionale 9/2008 all'art. 3 prevede che il CRCU debba esprimere pareri su atti di programmazione e proposte di legge che direttamente o indirettamente interessano i consumatori e gli utenti. Deve essere attivata una procedura in tal senso.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di Forza d) una grande dinamicità delle associazioni dei consumatori sul territorio ed una buona coesione delle medesime nell'attuazione delle politiche;</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori</p> <p>Opportunità e) Una sempre più efficace sinergia e collaborazione fra le diverse strutture regionali coinvolte.</p> <p>Rischio c) Perdita della necessaria attenzione da parte della politica che potrebbe vedere la tutela dei consumatori come un ostacolo al libero mercato e non un'opportunità nella sua regolamentazione.</p>	<p>Obiettivo generale 1</p> <p>Qualificare il ruolo del Comitato Regionale Consumatori Utenti nella sua funzione di organo di consultazione della Regione Toscana attraverso procedure e modalità organizzative che ne garantiscono l'effettivo coinvolgimento nella definizione della normativa regionale</p>	<p>Obiettivo 1.1</p> <p>Sistematizzare il coinvolgimento e la partecipazione del CRCU nella formazione degli atti della Giunta Regionale</p>	<p>Alto</p>
<p>La legge 244/2007 all'art. 2, comma 461 (finanziaria 2008) prevede che le associazioni dei consumatori vengano coinvolte in maniera attiva nella gestione della carta dei servizi. L'articolo è ad oggi inapplicato.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di Forza e) una collaborazione consolidata con il sistema camerale toscano.</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle</p>	<p>Obiettivo generale 2</p> <p>assicurare un ruolo delle rappresentanze dei consumatori utenti coerente con la normativa nazionale nella nuova disciplina dei servizi pubblici locali ed in linea con le esigenze dei mercati in evoluzione</p>	<p>Obiettivo 2.1</p> <p>Recepire la normativa nazionale introdotta dalla Legge 244/2007 art. 2, comma 461</p>	<p>Alto</p>

<p>forme di tutela e molteplicità degli interlocutori</p> <p>Opportunità a) una significativa apertura al dialogo da parte delle organizzazioni del mercato di beni e servizi</p> <p>Opportunità b) La possibilità offerta dalle disposizioni di legge di intervenire nel nuovo assetto normativo e gestionale dei servizi pubblici locali.</p> <p>Rischio a) disorientamento dei cittadini con il moltiplicarsi di pratiche sleali in questa fase di liberalizzazione dei servizi energia in primis e con lo sviluppo del mercato elettronico</p>			
<p>Le liberalizzazioni dei servizi pubblici, l'avvento dell'e-commerce, l'aumento di pratiche commerciali scorrette e aumento del contenzioso necessitano di una maggiore qualificazione ed efficienza del sistema di assistenza e tutela rappresentato dagli sportelli prontoconsumatore.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di Forza b) ricchezza delle competenze, delle modalità associative e delle forme di tutela a fronte della pluralità e diversità dell'impegno richiesto dai problemi segnalati alle associazioni</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori.</p> <p>Punto di debolezza b) difficoltà di reperire e mantenere il personale volontario presso gli sportelli</p> <p>Punto di debolezza c) livelli di organizzazione dei servizi resi dalle associazioni non omogenei ma, comunque, in fase evolutiva.</p> <p>Opportunità d) una buona conoscenza da parte dei cittadini del sistema di tutela dei consumatori attivato in Toscana</p> <p>Rischio b) mancanza di una politica nazionale certa a sostegno del consumerismo</p>	<p>Obiettivo generale 3 offrire il necessario supporto agli sportelli Prontoconsumatore per garantire standard di assistenza di maggiore qualità su tutto il territorio regionale</p>	<p>Obiettivo 3.1 Qualificare gli operatori</p>	<p>Alto</p>
		<p>Obiettivo 3.2 Fornire strumenti di supporto agli operatori di sportello</p>	<p>Alto</p>

<p>La Regione Toscana da anni ha intrapreso una campagna rivolta soprattutto ai giovani per orientarli verso corretti stili di vita nell'intento di prevenire forme di dipendenza e malattie croniche. E' necessario dare continuità all'azione intrapresa anche nell'obiettivo di ridurre i costi socio sanitari connessi agli stili di vita.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di Forza f) un orientamento ormai pluriennale alla diffusione della cultura della sostenibilità del consumo.</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori</p> <p>Punto di debolezza d) mancanza di finanziamenti adeguati e costanti per assicurare la continuità e la crescita del servizio di assistenza svolto dagli sportelli dei consumatori</p> <p>Opportunità c) una sempre elevata attenzione dei "media" alle tematiche di consumo ed utenza.</p> <p>Opportunità d) una buona conoscenza da parte dei cittadini del sistema di tutela dei consumatori attivato in Toscana</p> <p>Opportunità f) una informazione sempre più ampia ed economicamente più conveniente attraverso gli strumenti attivati</p> <p>Rischio b) mancanza di una politica nazionale certa a sostegno del consumerismo</p>		<p>Obiettivo 4.1 educare i giovani in età scolare al consumo consapevole</p>	Alto
		<p>Obiettivo 4.2 Sensibilizzare e aggiornare gli insegnanti sui temi del consumo ed in particolare sui rischi di patologie nei giovani</p>	Alto
		<p>Obiettivo 4.3 Sensibilizzare e coinvolgere i genitori</p>	Alto
<p>Il contesto economico orienta i cittadini verso prodotti a basso costo di dubbia provenienza. E' necessario bilanciare la pubblicità con la corretta informazione soprattutto per tutelare le giovani generazioni.</p> <p><b>Riferimenti SWOT</b></p> <p>Punto di forza a) una rete di 92 sportelli Prontoconsumatore con oltre 200 punti per l'assistenza ai cittadini gestiti dalle associazioni dei consumatori, accreditati dalla Regione Toscana e diffusi su tutto il</p>	<p>Obiettivo generale 5 promuovere un sistema di tutela e informazione tale da garantire al cittadino, ed in particolare alle fasce meno protette della popolazione, l'esercizio del diritto di scelta in modo consapevole, anche rispetto alle opportunità offerte dall'economia sostenibile e solidale</p>	<p>Obiettivo 5.1 Sostenere l'attività di assistenza fornita dalle associazioni dei consumatori</p>	Alto
		<p>Obiettivo 5.2 Promuovere modalità e sistemi di consumo sostenibili</p>	Alto

<p>territorio regionale.</p> <p>Punto di forza c) un'associazione di secondo livello, il Centro Tecnico per il Consumo, che permette di realizzare interventi di carattere unitario in collaborazione con tutte le associazioni e che pertanto conferisce maggiore efficacia alle azioni intraprese</p> <p>Punto di debolezza a) complessità delle forme di tutela e molteplicità degli interlocutori</p> <p>Punto di debolezza d) mancanza di finanziamenti adeguati e costanti per assicurare la continuità e la crescita del servizio di assistenza svolto dagli sportelli dei consumatori</p> <p>Opportunità d) una buona conoscenza da parte dei cittadini del sistema di tutela dei consumatori attivato in Toscana</p> <p>Opportunità f) una informazione sempre più ampia ed economicamente più conveniente attraverso gli strumenti attivati</p> <p>Rischio a) disorientamento dei cittadini con il moltiplicarsi di pratiche sleali in questa fase di liberalizzazione dei servizi (energia in primis) e con lo sviluppo del mercato elettronico</p> <p>Rischio b) mancanza di una politica nazionale certa a sostegno del consumerismo</p>		<p>Obiettivo 5.3</p> <p>Garantire la massima informazione del consumatore</p>	<p><b>Alto</b></p>
---	--	---	--------------------

(\*)Viene indicato qualitativamente il livello di coerenza in alto, medio e basso.

Nella tabella seguente sono riportati gli elementi relativi all'analisi della coerenza interna orizzontale; viene evidenziata la compatibilità fra obiettivi specifici, azioni e risultati attesi in termini di distanza o scostamento tra il valore attuale e il valore atteso degli indicatori.

**Tabella di riepilogo della coerenza interna orizzontale**

Obiettivi specifici	Azioni/indicatori di realizzazione fisica	Risultati attesi/indicatori di risultato e/o di realizzazione			
		Descrizione	Indicatore	Valore attuale (ultimo biennio)	Valore atteso (primo biennio di programmazione)
Obiettivo 1.1 Sistematizzare la partecipazione del CRCU nella formazione degli atti della Giunta Regionale	Azione 1.1.1 Definizione di una procedura di consultazione del CRCU per atti della Giunta Regionale  Indicatore: Procedura attivata	<b>Avvio sistematico della consultazione del CRCU per gli atti afferenti gli interessi dei consumatori utenti</b>	<b>Numero atti sottoposti al CRCU</b>	2	8
	Azione 1.1.2 CRCU – definizione di una procedura amministrativa interna e organizzazione dell'ufficio per la gestione dei pareri da esprimere alla Giunta Regionale  Indicatore: Procedura attivata				
Obiettivo 2.1 Recepire la normativa nazionale introdotta dalla Legge 244/2007 comma 461	Azione 2.1.1 Previsione, all'interno delle nuove disposizioni regionali in materia, di un ruolo delle associazioni dei consumatori coerente con la Legge 244/2007 art. 2 comma 461.  Indicatore: Atti di Giunta	<b>Partecipazione delle associazioni alla governance dei SPL</b>	<b>Percentuale di partecipazione alla gestione delle carte dei servizi</b>	0	50%
Obiettivo 3.1 Qualificare gli operatori	Azione 3.1.1 Creazione e somministrazione di moduli formativi e di aggiornamento  Indicatore:corsi attivati	<b>Aumento degli operatori qualificati negli sportelli</b>	<b>Nr. Corsi</b>	37	24
			<b>Nr. Operatori partecipanti</b>	962	700



<p>Obiettivo 3.2 Fornire strumenti di supporto agli operatori di sportello</p>	<p>Azione 3.2.1 Creazione e diffusione di applicativi software e modulistica standard</p> <p>Indicatore Realizzazione di nuovi applicativi software</p> <p>Indicatore Realizzazione e diffusione di modulistica</p>	<p><b>Diffusione dell'utilizzo dei supporti forniti negli sportelli</b></p>	<p><b>Percentuale sportelli che utilizzano i supporti forniti</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>50%</b></p>
<p>Obiettivo 4.1 educare i giovani in età scolare al consumo consapevole</p>	<p>Azione 4.1.1 Realizzazione di un programma regionale di educazione al consumo</p> <p>Indicatore: Bando di concorso</p>	<p><b>Incremento delle scuole partecipanti ai programmi regionali</b></p>	<p><b>Nr. Scuole</b></p>	<p><b>136</b></p>	<p><b>65</b></p>
<p>Obiettivo 4.2 Sensibilizzare e aggiornare gli insegnanti sui temi del consumo ed in particolare sui rischi di patologie nei giovani</p>	<p>Azione 4.2.1 Realizzazione e diffusione di banche dati e strumenti didattici sull'educazione al consumo</p> <p>Indicatore : Supporti realizzati</p>	<p><b>Aumento dell'interesse delle scuole all'uso dei supporti didattici</b></p>	<p><b>Nr. scuole</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>20</b></p>
<p>Obiettivo 4.3 Sensibilizzare e coinvolgere i genitori</p>	<p>Azione 4.3.1 Realizzazione di format multimediali per l'informazione alle famiglie</p> <p>Indicatore: Supporti realizzati</p>	<p><b>Aumento dell'interesse delle famiglie attraverso il loro accesso ai supporti realizzati</b></p>	<p><b>Nr. Alunni coinvolti</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>400</b></p>
<p>Obiettivo 5.1 Sostenere l'attività di assistenza fornita dalle associazioni dei consumatori</p>	<p>Azione 5.1.1 Razionalizzazione e qualificazione degli sportelli Prontoconsumatore</p> <p>Indicatore:Revisione delle procedure di gestione della rete degli sportelli</p>	<p><b>Aumento del numero degli utenti negli sportelli</b></p>	<p><b>Nr. pratiche Nr. conciliazioni</b></p>	<p><b>27.030 4.971</b></p>	<p><b>24.000 4.000</b></p>

Obiettivo 5.2 Promuovere sistemi di consumo sostenibili	Azione 5.2.1 Valorizzazione del consumo sostenibile  Indicatore: numero di articoli pubblicati e trasmissioni realizzate	<b>Aumento dell'interesse dei cittadini sull'argomento</b>	<b>Nr. Pagine Viste</b>	<b>0</b>	<b>20.000</b>
	Azione 5.2.2 Sperimentazione nuove modalità di sostenibilità del consumo  Indicatore: numero iniziative	<b>Partecipazione dei cittadini alle iniziative realizzate</b>	<b>Nr. Cittadini coinvolti</b>	<b>0</b>	<b>2000</b>
Obiettivo 5.3 Garantire la massima informazione del consumatore	Azione 5.3.1 Informazione itinerante sul territorio  Indicatore: Numero iniziative	<b>Partecipazione dei cittadini alle iniziative realizzate</b>	<b>Nr. Cittadini coinvolti</b>	<b>0</b>	<b>2000</b>
	Azione 5.3.2 Realizzazione di format multimediali per l'informazione ai cittadini  Indicatore: Numero trasmissioni TV, Radio, articoli giornalistici	<b>Aumento dell'interesse dei cittadini in materia consumerista</b>	<b>Nr. pagine viste</b>	<b>400.000</b>	<b>400.000</b>

## 2.3 ANALISI DI FATTIBILITA' FINANZIARIA

Le risorse regionali disponibili, sulla base delle previsioni di bilancio 2012, ammontano ad € 273.600 per ogni anno di vigenza del piano. Al momento il ministero dello Sviluppo Economico ha comunicato che le risorse derivanti dalle multe dell'Antitrust, che, come previsto dall'art. 148 della legge 388/2000, dovrebbero finanziare i programmi di intervento presentati dalle Regioni, già assegnate nel corso del 2010 non saranno impegnate e non è possibile al momento prevedere la futura evoluzione di questa tipologia di finanziamento.

Matrice analisi fattibilità finanziaria	Anno 1 2012	Anno 2 2013	Anno 3 2014	Anno 4 2015
<b>Costo del programma</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>
risorse regione	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>
risorse UE				
risorse STATO				
altre risorse				
<b>Totale finanziamenti</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>	<b>273.600</b>
<b>Differenza (costo – finanziamenti)</b>	0	0	0	0

## 2.5 VALUTAZIONE DEGLI EFFETTI ATTESI – VEA (solo per p/p non soggetti a VAS)

Il Piano di indirizzo per la tutela e la difesa dei consumatori e degli utenti non è soggetto a VAS in quanto non rientra nell'art. 5, comma 2 della l.r.10/2010, né a verifica di assoggettabilità ai sensi dell'art. 5, comma 3 lettera c) della medesima legge in quanto non costituirà quadro di riferimento per la realizzazione di progetti che rientrano nella definizione contenuta nel Regolamento 24/R/2011, né per l'autorizzazione dei progetti stessi. Per tale motivo la valutazione degli effetti attesi del Piano riguarda tutte le dimensioni di analisi e cioè gli aspetti ambientale, territoriale, economico, sociale e della salute umana con un'ottica trasversale alle differenze di genere (VEA).

In questi ultimi anni, anche grazie alle associazioni dei consumatori, è cresciuta la consapevolezza dei cittadini sulle tematiche di consumo ed utenza. Maggiore consapevolezza sostanzialmente significa maggiore conoscenza dei propri diritti e attenzione nei confronti del mercato. Gli effetti finali sono:

- visione più critica nei confronti del mercato e costante aumento del ricorso agli strumenti di tutela e di informazione;
- richiesta di prodotti e servizi di qualità e orientamento verso stili di vita più sostenibili;

Questi sono gli effetti principali attesi con l'attuazione del piano che hanno naturalmente riflessi sul piano ambientale, economico, sociale e della salute umana.

Difficile è però la loro misurazione, soprattutto in relazione ad una eventuale valutazione dell'impatto generato dal singolo piano regionale.

Le componenti che inducono il cittadino a modificare il proprio stile di vita infatti sono molteplici: il mercato stesso, le pressioni mediatiche e la situazione economica sono fattori che possono invalidare qualsiasi tentativo di ricondurre un effetto all'intervento regionale. Ne sono esempio eclatante fenomeni che hanno coinvolto i cittadini in questi ultimi anni nella loro veste di consumatori e utenti quali gli scandali finanziari, gli allarmi sanitari legati a possibili epidemie o, piuttosto e per altri aspetti, il crescente ricorso dei cittadini al credito al consumo, la crisi economica.

E' possibile però misurare il maggiore ricorso agli strumenti di tutela attraverso le associazioni dei consumatori e l'utilizzo degli strumenti di informazione. A partire da ciò, mediante i rapporti annuali si è tentato di attivare una valutazione sulla relazione fra gli effetti attesi e le politiche regionali attivate attraverso un puntuale monitoraggio delle attività finanziate.

La metodologia utilizzata per l'analisi degli effetti si discosta (parzialmente) da quella prevista dal modello analitico, approvato con Decisione di Giunta regionale n.2 del 27.6.2011, in quanto il Piano, per sua natura ed entità, ha un impatto minimale sul complesso della politica regionale; per questo motivo nel caso del Piano di indirizzo per la tutela e la difesa dei consumatori e degli utenti non è significativo applicare la metodologia della VEA proposta dal modello analitico.

E' invece più opportuno dare un'indicazione di massima sugli effetti che il Piano contribuisce a produrre, proprio in funzione della trasversalità della materia, di concerto con altri piani e programmi regionali secondo la tabella di seguito riportata:

ambientali	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ maggiore utilizzo delle fonti rinnovabili e risparmio energetico</li> <li>▪ riduzione dei rifiuti domestici</li> <li>▪ ricorso a prodotti/servizi sostenibili</li> <li>▪ riduzione e razionalizzazione dei consumi di risorse naturali</li> </ul>
economici	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ maggiore fiducia nel mercato dei prodotti di qualità (ambientale, etica, certificazione di prodotto)</li> <li>▪ minore ricorso ai prodotti contraffatti</li> <li>▪ riduzione del danno economico alle famiglie</li> <li>▪ minor rischio di restare vittime di pubblicità ingannevoli</li> </ul>
sociali	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ riduzione di situazioni di sovraindebitamento delle famiglie</li> <li>▪ maggiore correttezza nei rapporti fra imprese e consumatori</li> </ul>
sanitari	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ riduzione dell'incidenza delle tossinfezioni e degli incidenti domestici</li> <li>▪ maggiore adozione di corretti stili di vita</li> </ul>
pari opportunità	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ diminuzione dell'incidenza dei disturbi del comportamento alimentare nelle donne a rischio</li> <li>▪ maggiore consapevolezza di scelta della donna nel mercato dei beni e dei servizi con particolare riferimento a quelli ad elevata caratterizzazione di genere (maternità)</li> </ul>
territoriali	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ maggiore utilizzo delle reti tecnologiche</li> </ul>

## 2.6 SISTEMA DI MONITORAGGIO

Condividere gli indicatori con le associazioni dei consumatori ha, fra gli altri scopi che abbiamo esaminato, anche quello di realizzare un rapporto annuale sullo stato della tutela dei consumatori in Toscana.

Tale rapporto costituisce un elemento di supporto per la misurazione dell'efficacia dell'azione politica e per la successiva la programmazione degli interventi.

Per ottenere il rapporto ogni associazione dei consumatori, al termine dell'attività annuale programmata, presenta la documentazione di monitoraggio organizzata secondo modelli e procedure condivise.

Il rapporto di sintesi viene realizzato annualmente di concerto con le associazioni con l'obiettivo di presentare la situazione aggiornata e la sua evoluzione nel tempo.

Le modalità di monitoraggio sono state messe a punto con il decreto dirigenziale 5435 del 2008 e riguardano tutte le attività svolte dalle associazioni dei consumatori di primo e di secondo livello. Le Associazioni, entro i termini previsti, devono presentare una dichiarazione con allegate le schede di monitoraggio predisposte sulla base della modulistica regionale. L'uniformità nelle modalità di monitoraggio e nelle tipologie di indicatori sono fondamentali per avere dati omogenei e confrontabili fra loro. Risulta chiaro poi che gli stessi devono essere interpretati in base alle caratteristiche dell'iniziativa monitorata.

I dati forniti dalle Associazioni sono verificati attraverso il riscontro con la documentazione presente nella sede dell'associazione o nella sede dello sportello che deve essere messa a disposizione durante il sopralluogo di verifica.

Le convenzioni sottoscritte con le Associazioni riportano con precisione la documentazione che deve essere fornita in fase di controllo per comprovare i dati dichiarati.

### a) attività di sportello (decreto 5435 del 20/11/2008)

Indicatore	Fonte informativa
1. Telefonate ricevute (dato facoltativo)	Rapporto telefonate in entrata del gestore telefonico
2. Procedure conciliative attivate	Presenza della pratica
3. Pratiche aperte	Presenza della pratica
4. Numero raccomandate spedite e fax inviati	Presenza ricevute

### b) informazione e formazione (decreto 5435 del 20/11/2008)

Indicatore	Fonte informativa
Informazione	
Partecipanti incontri	registro sottoscritto dai partecipanti
Materiale distribuito numero copie	Comunicazione preventiva delle iniziative di distribuzione e comunicazione dei luoghi fissi di distribuzione. Verifica in corso d'opera del personale regionale durante l'evento
Accessi sito	Rapporto dell'hosting
Pagine viste	Rapporto dell'hosting

Partecipazioni a trasmissioni radiofoniche	Comunicazione preventiva dell'evento all'ufficio Verifica in corso d'opera da parte del personale regionale durante l'evento
Partecipazioni a trasmissioni televisive	Comunicazione evento Verifica in corso d'opera del personale regionale durante l'evento
Formazione	
Numero corsi di formazione/aggiornamento organizzati	Comunicazione evento Verifica in corso d'opera del personale regionale durante l'evento Registro sottoscritto dai partecipanti
Numero partecipanti	Comunicazione evento Verifica in corso d'opera del personale regionale durante l'evento Registro sottoscritto dai partecipanti

Il monitoraggio del Piano coincide con il monitoraggio sulle attività delle associazioni dei consumatori come previsto dall'art.6 c.7 e dal Regolamento n.54/R/2008.

Per il Piano di indirizzo per la tutela e la difesa dei consumatori e degli utenti i flussi informativi, le modalità di acquisizione delle informazioni e la tempistica del monitoraggio è quella prevista per il monitoraggio sull'attività delle associazioni dei consumatori sopra descritte.

Tale sistema di monitoraggio è ormai consolidato e permette un raffronto fra i risultati, sia rispetto alla programmazione precedente che in itinere per lo stesso periodo di programmazione, grazie alla stabilità e misurabilità del gruppo di indicatori utilizzati.