



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

OSSERVAZIONI AL DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE DCO 115/2014/R/COM

SPORTELLO PER IL CONSUMATORE

PREMESSA

In merito ai compiti dello Sportello del consumatore, Confcommercio ritiene opportuno l'intervento prospettato nel DCO 115/2014, di razionalizzazione delle attività svolte, in quanto occorre garantire tempi rapidi nella trattazione dei reclami di seconda istanza e nel contempo occorre ridurre costi e inefficienze. Si evidenzia, in tema di costi, che negli ultimi anni le componenti UC6 e RS sostenute dalle imprese in qualità di utenti finali hanno avuto trend crescenti, anche in ragione dell'attività svolta dallo Sportello.

OSSERVAZIONI

Confcommercio condivide l'obbligatorietà dell'utilizzo di procedure telematiche per l'inoltro dei reclami (di seconda istanza) allo Sportello purché tale obbligo, per quanto attiene ai clienti non domestici, non sia riservato a particolari categorie di professionisti o associazioni ma sia generalizzato e valido per ogni singola istanza. Anche le stesse imprese dovrebbero utilizzare obbligatoriamente le modalità telematiche.

A fronte di tale modifica, e a valle di misurazioni effettive dell'efficacia di tale proposta in termini di riduzione dei reclami irregolari, Confcommercio richiede che vi sia una distinta imputazione dei costi da clienti domestici e non domestici nell'ambito dei corrispettivi tariffari precedentemente citati che tengo conto anche del numero di reclami presentati dagli uni e dagli altri.

Andrebbe rafforzato il ruolo delle associazioni di categoria territoriali che, grazie ad una copertura dell'intero territorio nazionale, possono offrire un valido contributo, anche di *front-office*, con il consumatore finale non domestico.

In tal senso si propone la predisposizione di un flusso comunicativo tra associazione di categoria – sportello che possa garantire, a fronte di un'attività di corretta predisposizione del reclamo e della documentazione, tempi certi e rapidi inferiori a 10 giorni lavorativi. In aggiunta andrebbe ideato sul piano dell'immagine e della comunicazione un logo o una forma di accreditamento che consentisse alle imprese di riconoscere nell'associazione di categoria un

soggetto ben identificato e la cui attività fosse riconosciuta sulla base di apposito protocollo. In questo senso il modello di costituzione delle "Agenzie per le imprese (DPR 159/2010)" potrebbe essere utilizzato come esempio.

Si condivide la possibilità per lo Sportello di inoltrare direttamente richieste al distributore, anche in assenza di un preventivo reclamo, in quanto la finalità e la priorità è quella di ridurre i tempi di risposta dello Sportello che sono ad oggi eccessivamente lunghi rispetto alle attese degli imprenditori.

Fondamentale è la possibilità di introdurre dei disincentivi o delle forme di penalizzazione per quegli esercenti che forniscono risposte non risolutive. In tal senso andrebbero individuate una serie di fattispecie di problematiche più ricorrenti e andrebbe prefissato un numero massimo di disguidi tollerabili per singola fattispecie. In caso di superamento del numero massimo di casi consentito, individuato in base al numero di clienti dell'esercente, scatterebbe per ogni successivo reclamo una forma di indennizzo che andrebbe concessa (retroattivamente) anche sui primi reclami presentati.

Infine, in merito all'indicatore prestazionale comparativo relativo alle risposte degli esercenti alle richieste dello Sportello, Confcommercio ritiene opportuno ripristinare l'apposito gruppo di lavoro congiunto (operatori/consumatori) sul tema dei reclami al fine di riprendere i lavori del gruppo di lavoro e definire una nuova proposta con tempi maggiori rispetto al processo di consultazione.