

**Comunicazione della Commissione europea: Un “New Deal” per i consumatori
COM(2018) 183 final**

**Proposta della Commissione europea di direttiva che modifica la direttiva
93/13/CEE, la direttiva 98/6/CE, la direttiva 2005/29/CE e la direttiva
2011/83/UE per una miglior applicazione e una modernizzazione delle norme
dell’UE relative alla
Protezione dei consumatori
COM(2018) 185 final**

**Audizione del Presidente di Univendita *Ciro Sinatra*
presso la Commissione Industria**

Senato della Repubblica

31 Luglio 2018

Egregio Presidente, Egregi Senatori

Vi ringrazio per l'opportunità che mi avete dato oggi di presentare Univendita e di parlare del mondo della vendita diretta a domicilio.

Univendita

Poche parole su Univendita, Associazione nazionale di categoria, aderente a Confcommercio, che riunisce l'eccellenza delle imprese di vendita diretta a domicilio in Italia. Nasce con l'obiettivo di "fare sistema" e di contribuire attivamente allo sviluppo sostenibile del settore, nel pieno rispetto del consumatore.

Tra i principi fondanti di Univendita, l'affermazione di elevati standard etici che sono confluiti nella nostra "Carta dei Valori" alla quale devono attenersi le Aziende associate e gli incaricati alla vendita, e di un rigoroso "Codice Etico" pienamente aderente alle nuove disposizioni introdotte dal Decreto legislativo n. 21/2014 di attuazione della direttiva europea 2011/83/UE sui diritti dei consumatori.

Aderiscono a Univendita 17 Aziende, tra le quali le più prestigiose e conosciute del settore: Vorwerk Italia (che distribuisce il famoso aspirapolvere Folletto e il robot da cucina Bimby), Bofrost, Tupperware, Avon, AMC, Just.

Il fatturato delle Aziende associate nel 2017 è stato pari a 1 miliardo e 660 milioni di euro, con un incremento dell'1,8% rispetto all'anno precedente. Sempre nel 2017 le Aziende associate hanno evaso 12 milioni e 200mila ordini, pari a circa 4,5 milioni di clienti serviti. I venditori a domicilio che operano presso le Aziende associate sono oltre 158.000, in crescita dell'1,3% rispetto al 2016, con una componente femminile pari al 91% del totale.

Nel 2017 il fatturato dell'intero settore della vendita diretta a domicilio in Italia è stato di 3,6 miliardi di euro, con 520.000 addetti alla vendita, di cui il 77% donne.

La vendita diretta a domicilio offre concrete opportunità di lavoro ai giovani, alle donne, ai non più giovani espulsi dal mondo del lavoro e a tutti coloro che hanno voglia di mettersi in gioco.

Gli unici requisiti richiesti agli addetti sono: onestà, fedina penale pulita, voglia di lavorare.

Il New Deal per i Consumatori

L'11 aprile 2018 la Commissione europea ha pubblicato due proposte di direttive che rivedono alcune delle norme esistenti sulla tutela dei consumatori:

Univendita desidera richiamare la Vostra attenzione in particolare sulla **proposta di direttiva COM(2018) 185**, relativa alla protezione dei consumatori in quanto contiene **misure che intervengono sulla regolamentazione del settore della vendita a domicilio** e ne mettono a repentaglio l'operatività.

Accogliamo positivamente il fatto che la Commissione abbia riconosciuto che la normativa sui diritti dei consumatori sia adeguata allo scopo e che **non sia necessaria una revisione sostanziale** delle norme vigenti: ciò dimostra che i consumatori dell'Unione europea godono già di un livello di protezione molto elevato ed armonizzato.

Rileviamo però che alcune proposte di modifica sollevano problemi di chiarezza e di proporzionalità e compromettono l'approccio della piena armonizzazione.

Ci riferiamo **all'articolo 1, comma 1, della proposta COM(2018) 185**, che propone di modificare l'articolo 3, paragrafo 5, della direttiva 2005/29/CE sulle Pratiche Commerciali Sleali sostituendolo con un nuovo testo che recita testualmente:

"La presente direttiva non osta a che gli Stati membri adottino disposizioni per tutelare i legittimi interessi dei consumatori rispetto a pratiche commerciali o di vendita aggressive o ingannevoli nel contesto di visite non richieste di un professionista presso l'abitazione di un consumatore, oppure rispetto a escursioni promozionali organizzate da un professionista con lo scopo o con l'effetto di promuovere o vendere prodotti ai consumatori, purché tali disposizioni siano giustificate da motivi di ordine pubblico o di tutela del rispetto della vita privata".

Tale formulazione è stata adottata in seguito ad alcune vicende accadute in Paesi dell'Est Europa relative a pratiche commerciali aggressive e/o ingannevoli a danno dei consumatori, ma è importante sottolineare che **le pratiche aggressive e/o ingannevoli sono già vietate dalla direttiva 2005/29/EC sulle pratiche commerciali sleali**.

Paradossalmente la Commissione vuole vietare nuovamente qualcosa che è già vietato da una Direttiva del 2005.

Riteniamo dunque che, invece di dare agli Stati membri la possibilità di introdurre divieti nazionali nei confronti di qualcosa che è già vietato (come le pratiche aggressive e/o ingannevoli), occorra piuttosto **rafforzare l'applicazione delle norme in vigore**. Aggiungere nuove disposizioni non eliminerà certo le pratiche realmente aggressive o ingannevoli da parte di professionisti disonesti. Queste possono essere contrastate solo attraverso un'applicazione mirata ed efficace da parte delle autorità pubbliche delle

norme già esistenti. In questo contesto è **importante il ruolo che le Associazioni di settore come Univendita giocano a tutela dei consumatori e degli stessi venditori.**

La proposta di modifica dell'art 3 paragrafo 5 della Direttiva 2005/29/EC sulle pratiche commerciali sleali, consentendo agli Stati membri di regolamentare a propria discrezione determinate pratiche di vendita fuori dei locali commerciali, finirebbe per **discriminare gravemente il settore della vendita a domicilio** rispetto alle altre forme distributive (vendite nei negozi, vendite su internet etc).

Conclusioni

La proposta di modifica dell'articolo 3 paragrafo 5 della direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali tra professionisti e consumatori, desta molta preoccupazione perché potrebbe avere notevoli ripercussioni in relazione **alle concrete modalità con cui verrà eventualmente attuata dagli Stati membri.**

La possibilità di intervento riconosciuta agli Stati membri potrebbe arrivare a tradursi in **divieti generalizzati** di un canale commerciale, quello della vendita a domicilio, che è del tutto legittimo e consolidato (come testualmente indicato nel considerando 44 della proposta di direttiva in esame).

Ribadiamo quindi **la nostra ferma opposizione alla proposta della Commissione di abbandonare la piena armonizzazione raggiunta nel 2005** nel settore delle pratiche commerciali tra professionisti e consumatori.

La modifica alla direttiva, se approvata così com'è, comporterebbe una **discriminazione inaccettabile** che va contro il principio della libertà di impresa e produrrebbe **significative ripercussioni economiche e sociali**: le Aziende che operano nel settore subirebbero infatti **gravi perdite economiche e finanziarie** e si limiterebbe l'opportunità di svolgere un'attività economica legittima per migliaia di venditori, la maggior parte dei quali donne.

La vendita diretta a domicilio in Italia è riuscita a superare positivamente la grave crisi che negli scorsi anni ha colpito il nostro Paese, e anzi ha significato una valida alternativa occupazionale per i giovani, per gli over 50 rimasti senza lavoro, e per un'ampia platea di lavoratrici che hanno potuto assicurare una buona integrazione al reddito familiare. Non vorremmo che ora il settore venisse scosso dalla revisione di una normativa europea, che nulla aggiunge alle tutele già riservate ai consumatori.

Auspichiamo quindi che la proposta di modifica dell'articolo 3 paragrafo 5 della direttiva 2005/29/CE sui diritti dei consumatori venga respinta.

Vi ringrazio per l'attenzione e Vi auguro buon lavoro.

Lo Sviluppo sostenibile della vendita diretta secondo Univendita:

- ✓ Non si guadagna sul reclutamento di venditori ma solo vendendo prodotti e servizi.
- ✓ Non bisogna pagare quote associative per avere la possibilità di lavorare.
- ✓ La formazione è un dovere delle Aziende e deve essere gratuita.
- ✓ I responsabili dell'Azienda devono conoscere tutti i venditori; non sono sostenibili strutture di vendita sfilacciate nelle quali i venditori sono di fatto degli sconosciuti.

Aziende associate: AMC Italia, Avon Cosmetics, bofrost* Italia, CartOrange, Conte Ottavio Piccolomini, Dalmesse Italia, Fi.Ma.Stars, Jafra Cosmetics, Just Italia, Lux Italia, Nuove Idee, Ringana Italia, Tupperware Italia, Uniquepels, Vast & Fast, Vorwerk Bimby, Vorwerk Folletto, Witt Italia