



UNC
CONSUMATORI.IT

PREMIO DONA - Focus sull'etica delle imprese e dei consumatori

25 Novembre 2010



COMUNICATO STAMPA

PREMIO DONA: FOCUS SULL'ETICA DELLE IMPRESE

E DEI CONSUMATORI

L'Unione Nazionale Consumatori, la più antica organizzazione consumerista in Italia,

in occasione della quarta edizione del Premio "Vincenzo Dona" dedicato alla memoria del suo fondatore,

offre un momento di riflessione sull'etica del mercato delle imprese e dei consumatori.

Roma, 25 novembre 2010 - Appuntamento questa mattina a **Roma (Centro Congressi Montecitorio Eventi - Piazza Capranica, 101)** con la quarta edizione del Premio "Vincenzo Dona", evento organizzato dall'Unione Nazionale Consumatori, la prima organizzazione di consumatori in Italia, fondata nel novembre 1955 da Vincenzo Dona.

L'incontro, ispirato al ricordo del fondatore, autentica "voce dei consumatori" e padre del movimento consumerista in Italia, intende quest'anno fare il punto sul livello di onestà dei nostri mercati, sul rapporto intercorrente tra la moralità esibita dalle imprese e quella attuata nel concreto, ma anche sul grado di consapevolezza maturato dai consumatori su questi temi.

Il Premio “Vincenzo Dona” 2010 è conferito a **Mario Monti**, Presidente dell’Università Bocconi, Professore emerito di economia e già Commissario Europeo per la Concorrenza, a **Raffaele Guariniello**, Magistrato presso la Procura della Repubblica - Tribunale di Torino e a **Stefano Zamagni**, Professore di Economia Politica all’Università di Bologna.

Ecco alcune dichiarazioni dei partecipanti alla tavola rotonda moderata da Bruno Vespa:

L’avvocato **Massimiliano Dona**, Segretario generale dell’Unione Nazionale Consumatori, spiega la decisione di dedicare l’edizione 2010 del Premio all’ *“Etica delle imprese e dei consumatori”*: *“Al giorno d’oggi la necessità di ripensare il rapporto tra etica ed economia sembra una scelta obbligata se vogliamo evitare che le difficoltà connesse alla crisi siano strumentalizzate allo scopo di prevaricare sui consumatori. Certo anche i cittadini da parte loro devono acquisire la consapevolezza dell’importanza di essere loro stessi più responsabili nelle scelte quotidiane. Ci guidano in questa visione le parole di Benedetto XVI che, nell’ enciclica “Caritas in Veritate”, ha parlato di ‘un’economia che ha bisogno dell’etica per il suo corretto funzionamento’ e ha definito i consumatori come soggetti che ‘vanno continuamente educati al ruolo che quotidianamente esercitano’, evidenziando così l’imprescindibile esigenza di indirizzarli li verso corrette scelte di consumo.*

Lo stesso consumatore non è infatti talvolta in grado di valutare a pieno la correttezza della sua controparte professionale e spesso non è pronto ad esercitare in modo critico il suo ruolo. Per questo la domanda da cui muove questa quarta edizione del Premio è ‘chi è senza peccato’: ognuno è chiamato a fare la sua parte, ognuno è chiamato a rispondere in modo onesto prima di ‘scagliare la prima pietra’”.

Stefano Saglia, Sottosegretario del Ministero dello Sviluppo Economico e Presidente del Consiglio Nazionale Consumatori Utenti, afferma: *“Nel mio duplice ruolo di sottosegretario al Ministero dello Sviluppo Economico e di presidente del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) vorrei sottolineare che l’etica delle imprese sia importante quanto la presa di coscienza da parte dei consumatori di un ruolo più responsabile e consapevole. Spesso questi ultimi non conoscono i propri diritti e di conseguenza non incalzano le imprese ad agire eticamente. D’altro canto l’interesse verso un’etica del rispetto dei consumatori è fondamentale per quelle imprese più mature che preferiscono competere in un quadro di massima responsabilità e in un mercato in cui non sia consentita la concorrenza sleale. Pertanto il ruolo delle associazioni dei consumatori è quello di fare da cerniera e garantire più tutele e più consapevolezza del proprio ruolo ai cittadini e spingere le aziende verso comportamenti eticamente corretti”.*

Stefano Zamagni, Professore di Economia Politica ALMA MATER STUDIORUM - Università di Bologna, riflettendo su quale possa essere la ricetta per un mercato più etico,

sostiene: *“La storia dell’economia di mercato evidenzia che all’origine questo è nato come istituzione economica per realizzare la redistribuzione della ricchezza, vale a dire per far in modo che questa potesse circolare fra tutti. Ma poco alla volta tale concezione etica del mercato si è andata perdendo a favore di una diversa visione che fa del mercato uno strumento di speculazione per consentire a pochi di ottenere risultati al di sopra di quelli che possono essere considerati “normali”. E questa tendenza è stata ulteriormente amplificata negli ultimi 30 anni, con l’avvento della globalizzazione che ha portato ad un aumento delle diseguaglianze.*

Oggi il mercato continua ad essere uno strumento molto efficace per produrre, è ancora un generatore di ricchezza, ma non altrettanto capace di re-distribuirlo. Per tornare alla concezione di un mercato etico, sarebbe necessario che si riconoscesse in modo condiviso l’esigenza di un mercato pluralista. Pluralista vuol dire che sia democratico, vuol dire che non possono operarvi soltanto alcune imprese, quelle capitaliste, ma che diverse tipologie di impresa devono poter operare in condizioni di assoluta parità: certamente dunque quelle capitalistiche, ma anche imprese sociali, imprese cooperative e soprattutto imprese civili. Questa reale competizione è ciò che serve per raggiungere l’obiettivo”.

Antonio Catricalà, Presidente dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e futuro Presidente dell’Autorità per l’Energia, sostiene: *“Il rispetto delle regole rappresenta uno degli elementi essenziali per dare fiducia ai consumatori e far ripartire la domanda. E’ dunque innanzitutto nell’interesse delle imprese, ancor più che nell’interesse dei cittadini, presentarsi sul mercato dell’offerta in maniera chiara, corretta e trasparente. L’immagine che emerge dalle decine di telefonate in arrivo ogni giorno al nostro contact center è purtroppo diversa: chi chiama si sente raggirato, privo di tutele reali, sfiduciato. Non credo si sentirebbe molto meglio a sentire parlare di etica delle imprese! Questo conferma tuttavia che il problema esiste, e che l’etica, sicuramente esistente nel dna di molte delle aziende italiane, deve essere declinata nell’operare quotidiano. In un’ottica lungimirante di medio periodo, la correttezza commerciale deve diventare quindi una leva concorrenziale da azionare per la competitività e non un ostacolo alla crescita da aggirare”.*

Sebastiano Maffettone, Preside della Facoltà di Scienze Politiche della LUISS GUIDO CARLI e Professore ordinario di Filosofia Politica, esprimendo il suo punto di vista sulla recente crisi economica dichiara: *“La crisi economica è indubbiamente dovuta ad una crisi di valori. Ma anche crisi di istituzioni. Per esempio la crisi globale -da cui non siamo ancora usciti- dipende da un eccesso di greed della finanza americana, ma anche dal fatto che le istituzioni nazionali e internazionali di controllo non hanno la capacità e la accountability necessarie. Nella moderna economia il consumatore può svolgere un ruolo più attivo. Può essere, come si dice, un"consumatore" (con due "t"), e in questo modo diventare più consapevole forzando anche il mercato a farlo. La scommessa è tutta qui: un’etica esterna e senza successo sul mercato non dura”.*

Giuseppe Di Taranto, Professore di Storia della finanza e dei sistemi finanziari alla LUISS GUIDO CARLI, riflettendo sull'etica e sul ruolo che può esercitare il consumatore nella moderna economia, afferma: *“L'etica non può e non deve diventare una nuova forma di marketing per le imprese e il richiamo all'etica non può essere rivolto agli enti collettivi: l'impresa, il mercato, lo Stato. E' piuttosto rivolto agli individui, ai singoli che compiono atti economici. Se il mercato si fonda sull'etica degli individui, allora funziona bene e se si pone la questione in questi termini, allora il ruolo del consumatore diventa decisivo. Il consumatore è chiamato a esercitare la libertà come responsabilità, consapevole dell'esistenza di molteplici fattori che possono limitare l'effettività della sua libertà di scelta, con modalità più o meno manifeste. Il consumatore sovrano, dotato di perfetta informazione e di perfetta razionalità, è un “mito” dell'economia neo-classica. Un grande economista del Novecento, John Kenneth Galbraith, ci ha insegnato a “smascherare” queste forme di “sapere convenzionale”, come usava chiamarle”.*

Piero Gnudi, Presidente Enel Spa, dichiara: *“Enel vuol vivere sempre meglio il rapporto fiduciario con la Società in cui si trova ad operare, vogliamo essere buoni cittadini in tutti i Paesi del Mondo che ospitano le nostre attività. Una cittadinanza attiva di un'azienda che vuol proporsi come esempio sui temi della sostenibilità, convinti come siamo che siano funzionali alla prosperità duratura del milieu in cui un disegno industriale efficace possa avere le migliori chance di successo nell'interesse di tutti.*

Ma anche una cittadinanza reattiva. Una cittadinanza permeabile agli stimoli positivi della Società civile e dei media per superare noi stessi nello sforzo di assicurare una crescita sostenibile.

In altri termini vogliamo rafforzare quotidianamente il rapporto fiduciario con i nostri stakeholder, chiave di volta del successo imprenditoriale. Consolidando giorno per giorno la fiducia dei nostri dipendenti, che ci permetterà di attrarre le migliori menti e assicurare la loro crescita. La fiducia dei nostri fornitori che trovino un interlocutore responsabile e esigenze sul rispetto delle buone pratiche non solo interne ma di tutti i propri partner. La fiducia dei nostri azionisti ai quali garantire ritorni importanti nel rispetto assoluto delle regole.

E infine, ma non per ultimo la fiducia dei nostri clienti che possano trovare in noi il fornitore sempre attento ai loro bisogni”.

Corrado Passera, Consigliere Delegato di Intesa San Paolo, afferma: *“L'etica non è semplice rispetto delle regole, anche se il rispetto delle regole è un primo fondamentale elemento su cui costruire comportamenti etici. Per chi agisce come attore in prima linea nel mondo del mercato, ragionare di etica vuol essere consci del ruolo che responsabilmente si può giocare nella costruzione del bene comune. Una grande banca che affida al sistema Paese quasi 500 miliardi di euro sente una grande responsabilità. La*

principale responsabilità per un gruppo bancario come il nostro è quella di accompagnare il sistema economico e sociale attraverso la crisi e di individuare le soluzioni possibili per uscirne rafforzati puntando in particolare sull'innovazione, l'internazionalizzazione, nell'ottica di contribuire alla ripresa e alla crescita sostenibile. Come banca ci sentiamo "intermediari di fiducia" e siamo pronti a giocare il nostro ruolo di fronte a progetti credibili mettendo a disposizione soprattutto la nostra capacità di fare ponte unendo la tante forze vive presenti nel corpo economico e sociale di questo Paese, che spesso per lavorare insieme hanno bisogno di un ponte, di un facilitatore che possa farle dialogare, facendo esprimere tutto il potenziale di intelligenza collettiva, di progettualità, di creatività".

Numerosi i messaggi di apprezzamento per l'iniziativa pervenuti alla nostra Unione:

"Sono lieto di inviare il mio saluto più cordiale a Lei, gentile Segretario generale, e a tutti coloro che animeranno la quarta edizione del Premio Vincenzo Dona, voce dei consumatori, dedicata al tema "Etica dell'impresa e dei consumatori", che avrà luogo a Roma il 25 novembre 2010.

In questa delicata fase della vita economica nazionale ed internazionale desidero esprimere il mio apprezzamento per l'impegno profuso dalla vostra Unione a tutela dei diritti del cittadino, promuovendone l'educazione ad un consumo più attento e consapevole, e per il contributo da voi offerto nel rendere il nostro sistema produttivo più moderno, giusto e solidale.

Mi è gradita l'occasione per rivolgere a tutti i premiati le mie più vive congratulazioni e per esprimerLe un sincero augurio per il miglior esito dell'evento". Queste le parole di incoraggiamento di **Gianfranco Fini**, Presidente della Camera dei Deputati.

"Gentile Segretario generale, in occasione del convegno e della consegna del Premio 'Vincenzo Dona, voce dei consumatori' che avrà luogo il prossimo 25 novembre a Roma, esprimo il mio apprezzamento per questa iniziativa che, sono certo, costituirà una preziosa occasione di confronto e approfondimento sul tema dell'etica delle imprese in relazione ai diritti dei consumatori. Desidero inoltre manifestare il mio plauso per l'impegno dell'Unione Nazionale Consumatori, che da oltre 50 anni opera dalla parte della utenza pubblica, educandoci ad un consumo consapevole, ad una spesa oculata, ad un'alimentazione sana. Colgo l'occasione per inviare a lei e a tutti gli intervenuti un cordiale saluto, unitamente a un augurio di buon lavoro". Così **Renato Schifani**, Presidente del Senato della Repubblica.

La parte finale dell'incontro è dedicata alla consegna dei premi "Vincenzo Dona", istituiti dall'Unione Nazionale Consumatori alla scopo di promuovere la conoscenza delle problematiche di consumo nell'ambito delle regole del mercato, del diritto dei consumatori

e dei processi informativi.

Queste le categorie previste:

“Premio Vincenzo Dona” per le personalità che si sono distinte per l’impegno a favore dei consumatori.

Saranno insigniti del riconoscimento **Mario Monti, Raffaele Guariniello e Stefano Zamagni**.

“Premio Vincenzo Dona” per i giornalisti che hanno realizzato il miglior servizio dedicato all’informazione del consumatore con la collaborazione degli esperti dell’UNC.

Riceveranno il Premio **“Le Iene”**, Debora Rosciani di **“Radio 24”** e Nadia Gavioli di **“Oggi”**.

“Premio Vincenzo Dona” per le migliori tesi di laurea in materia di tutela dei consumatori.

Riceveranno il Premio **Jessica Facen, Luigi Miranda e Valentina Angelini**.

“Premio Vincenzo Dona” per il comitato locale UNC che si è distinto per progettualità ed attività sul territorio.

Il Premio verrà conferito al comitato regionale della **Puglia** e al comitato regionale del **Veneto**.

Per ulteriori informazioni:

Sonia Galardo, ufficio stampa

Unione Nazionale Consumatori

Tel: 06-3269531

Mobile: 333-2347747

e-mail: sonia.galardo@consumatori.it