
Le attività di regolazione del mercato della Camera di Commercio di Firenze

Come si può facilmente desumere dallo schema qui riportato, le attività della Camera di Commercio che, direttamente o indirettamente, riguardano la tutela dei consumatori e la regolazione del mercato si articolano in modo alquanto complesso: esse, infatti, spaziano dalle competenze sanzionatorie ed ispettive in molteplici settori, alla pubblicità delle imprese e dei protesti cambiari, ai servizi extragiudiziali per la soluzione delle controversie (arbitrato e conciliazione), al controllo sulla vessatorietà delle clausole contrattuali, alla predisposizione di contratti tipo, alla promozione di sistemi di regolazione su base volontaria, alla repressione della concorrenza sleale e, più in generale, di quei comportamenti scorretti che possono provocare gravi turbative e distorsioni nel mercato. Lungi dal risolversi in mere funzioni burocratico amministrative, le attività di regolazione, anche attraverso la tutela dei soggetti più deboli del mercato, i consumatori, perseguono in ultima istanza l'efficienza e la competitività del sistema economico locale e non, inducendo negli operatori economici comportamenti virtuosi, e definendo il quadro delle "regole del gioco" entro il quale le imprese possono liberamente dispiegare le proprie potenzialità economiche, nel rispetto degli interessi più generali.

In buona parte tali attività sono di recente acquisizione per la Camera di Commercio, e ne hanno delineato negli ultimi tempi con forza il ruolo di soggetto pubblico, terzo e imparziale rispetto agli altri attori, preposto a garantire un migliore funzionamento del mercato, in particolare di quello locale. Comunque ancor oggi le funzioni in argomento devono scontare una relativa (ad esempio rispetto ai paesi più evoluti dell'Unione Europea) "immaturità culturale" delle imprese e degli operatori professionali nel coglierne la rilevanza e l'utilità, nella prospettiva dello sviluppo e della maggiore competitività. Da qui la necessità di impostare ed attuare le varie iniziative in modo coordinato ed integrato, garantendo in modo particolare la continuità nell'azione e nella promozione ed il completo coinvolgimento di tutti i soggetti potenzialmente interessati (enti pubblici, associazioni di categoria e professionali, associazioni dei consumatori). Sono assolutamente da evitare le iniziative sporadiche e discontinue, magari meramente di "facciata", inefficaci e generatrici di sprechi.

La Camera di Commercio di Firenze si sta muovendo con quest'approccio, e già ha colto dei risultati che fanno ben sperare per gli sviluppi futuri. Da rimarcare in questa sede l'ottimo livello di collaborazione raggiunto con le associazioni consumeristiche, fecondo e subito produttivo di significativi risultati concreti, nel rispetto dei diversi ruoli e nell'ambito di un confronto, a volte acceso, ma sempre costruttivo.

Ultima modifica

Mar, 07/02/2023 - 10:33