

CARTA DI FONDAZIONE

Le organizzazioni svizzere dei consumatori, in particolare le tre organizzazioni fondatrici acsi, FRC e SKS, lavorano insieme da anni su diversi temi. Con la creazione di un'Alleanza svizzera delle organizzazioni dei consumatori esse formalizzano questa collaborazione. La nuova struttura permanente ha l'obiettivo di rafforzare, nell'interesse di tutte le consumatrici e i consumatori, sia il peso delle loro rivendicazioni a livello nazionale sia quello delle organizzazioni stesse.

Con l'interconnessione e l'integrazione della Svizzera nel mercato globale, e in particolare in quello comune dell'UE, i ruoli delle organizzazioni dei consumatori diventano più complessi e più difficili. Se le organizzazioni dei consumatori vogliono poter assumere pienamente i loro compiti di informazione e di sensibilizzazione dei consumatori, devono diventare più efficienti e più competenti. In questo contesto un'Alleanza in ambito nazionale rappresenta un fattore importante.

Oltre alla finalità e ai compiti definiti nell'art. 2 degli statuti dell'Alleanza, le organizzazioni fondatrici fissano in questa "Carta di fondazione" i loro valori e i loro obiettivi.

1. I valori dell'Alleanza

Le organizzazioni fondatrici mettono l'accento sui seguenti valori dell'Alleanza:

Indipendenza: l'Alleanza è composta da organizzazioni che si dedicano esclusivamente a rappresentare gli interessi dei consumatori. L'indipendenza da influenze politiche, economiche o confessionali rappresenta un valore irrinunciabile dell'Alleanza.

Fiducia: l'Alleanza è composta da organizzazioni indipendenti. Queste organizzazioni portano nell'Alleanza lingue, competenze, strutture organizzative e modalità di lavoro diverse. Il lavoro dell'Alleanza si basa sulla fiducia reciproca e sul rispetto delle specificità delle organizzazioni membre. Per questo motivo il processo decisionale si basa sulla ricerca del consenso.

Cooperazione: l'Alleanza è una struttura che rispetta l'individualità e la creatività delle organizzazioni membre e che, nel contempo, grazie alla cooperazione, sviluppa gradualmente le sinergie fra le organizzazioni nell'interesse dei consumatori.

Sostenibilità: l'Alleanza attribuisce un elevato valore all'uso responsabile delle risorse non rinnovabili e ai metodi produttivi eticamente e socialmente sostenibili. La libertà di scelta e la possibilità per le consumatrici e i consumatori di confrontare prodotti e servizi devono essere assicurati tenendo conto dei principi dello sviluppo sostenibile.

2. Gli obiettivi dell'Alleanza

Obiettivo principale

Rafforzare i diritti e l'informazione dei consumatori in Svizzera grazie a una maggiore presenza unitaria delle organizzazioni dei consumatori di fronte all'opinione pubblica, all'economia, alle autorità e al mondo politico. In tal modo l'Alleanza fornisce, un contributo per migliorare la qualità di prodotti e servizi offerti sul mercato.

Obiettivi secondari

- I. Elevato livello di efficienza (rapporto spese/ricavi) e di efficacia (conseguimento degli obiettivi) grazie a una migliore coordinazione e a un'utilizzazione mirata delle sinergie e dei punti di forza delle organizzazioni dei consumatori.
- II. Comunicazione e informazione forte grazie alle proprie pubblicazioni e alla presenza sui media per rafforzare l'autonomia dei consumatori e favorire scelte consapevoli.
- III. Ottenimento di un miglior riconoscimento da parte delle autorità federali e un sovvenzionamento adeguato dei compiti di interesse generale delegati alle organizzazioni dei consumatori.
- IV. Miglioramento dei diritti dei consumatori almeno a livello dell'UE.
- V. Adesione dell'Alleanza alla rete europea delle organizzazioni dei consumatori.

Berna, 30.6.2010