

IL FORUM FNOVI-CONSUMATORI

LA COMUNICAZIONE APPRODA AI CONSUMATORI

“I loro diritti sono i nostri doveri: se rovesciamo il codice del consumatore ci apparirà il nostro codice deontologico”.

(GAETANO PENOCCHIO - EDITORIALE APRILE 2015)

a cura di Fnovi

Era aprile 2014 quando, presentando il progetto sulla comunicazione verso i consumatori¹ della Federazione, sostenevamo la necessità di rafforzare la comunicazione verso l'esterno, ossia verso soggetti diversi dalla professione, superando l'impostazione rivendicativa di un ruolo della comunicazione per passare ad una comunicazione di collaborazione, informazione e formazione sul ruolo della professione, a difesa del diritto del cittadino consumatore a potersi rivolgere ad una professione degna e capace.

Per raggiungere i cittadini veniva scelta come prima tappa la comunicazione su zoonosi e sicurezza alimentare che consentiva di passare attraverso le loro associazioni coinvolgendole in un ruolo non solo di cassa di risonanza ma anche di scambio e collaborazione fattiva. A dicembre 2014 veniva raggiunta la prima tappa del progetto, ossia far conoscere alle associazioni il ruolo del medico veterinario, degli ordini e della federazione. A tale conoscenza si giungeva con comunicati stampa bisettimanali confezionati espressamente per le associazioni su temi di attualità inerenti sicurezza alimentare e zoonosi. Tale lavoro veniva suggellato, in dicembre 2014, in un incontro, in via del Tritone, con le associazioni al fine di costruire assieme



a loro le successive tappe del progetto².

Il 22 aprile la Fnovi, quale prima federazione nel panorama nazionale per un simile progetto, firmava con le prime due associazioni aderenti, Federconsumatori e Movimento consumatori, il Forum “Fnovi Consumatori”³. Anche per le associazioni questa era ed è una “prima volta” con un sistema ordinistico.

GLI OBIETTIVI DEL FORUM

L'atto costitutivo del Forum Fnovi Consumatori⁴ chiarisce come non abbia scopo di lucro e sia finalizzato a

promuovere la collaborazione e il dialogo tra gli Ordini dei veterinari italiani e i consumatori, mediante studi, approfondimenti e altre iniziative rivolte ai consumatori. Tali iniziative sono dirette a monitorare la conoscenza e il rapporto con i consumatori sulle tematiche agro-zootecniche, consentire scelte consapevoli da parte dei consumatori, anche tramite iniziative di informazione ed educazione sui temi dell'alimentazione e della tutela della salute, stimolare la riflessione sulla funzione sociale del medico veterinario, attivare idonei strumenti di tutela dei consumatori sulle materie di competenza.



L'ORGANIZZAZIONE DEL FORUM

La sede del Forum è fissata presso la sede Fnovi in Roma e si attiva per il tramite dei suoi organi che sono il presidente, proposto da Fnovi e il vicepresidente del Forum, oltre al consiglio rappresentato da un minimo di 6 fino a un massimo di 10 membri nominati per metà dalla federazione e per metà dalle associazioni. Il consiglio, su proposta del presidente, elegge tra i propri membri il vicepresidente, indicato tra i consiglieri delle associazioni. Possono anche essere nominati all'interno del consiglio, al massimo due membri esperti. Strumenti del Forum e del consiglio possono essere anche apposite commissioni di lavoro per lo sviluppo di singoli progetti che necessitino di competenze particolari, fissandone di volta in volta composizione, compiti e durata.

Al presidente del Forum spetta la cura delle relazioni con enti, istituzioni, imprese pubbliche e private e altri organismi nonché l'instaurarsi di rapporti di collaborazione e sostegno

delle singole iniziative del Forum stesso.

Al consiglio il dovere di attuare i programmi di attività del Forum, nell'ambito degli scopi e delle attività previste negli obiettivi dell'atto costitutivo nonché verificarne i risultati complessivi.

IL RUOLO DEGLI ORDINI

La lettura dell'atto costitutivo del Forum rende evidente come la partecipazione degli ordini a questo progetto sia non solo fondamentale ma vitale e per diverse ragioni.

Laddove l'articolo 2 del Forum, alla voce "Scopo" parla di monitoraggio della conoscenza e del rapporto tra professione e consumatori, è evidente come la padronanza del territorio, della conoscenza delle sue peculiarità e caratteristiche in un paese come l'Italia, con una quantità enorme di variabili e specialità, sia prerogativa di chi sul territorio opera. Di conseguenza gli obiettivi descritti del Forum, se troveranno presente la federazione con progetti divulgativi, documenti, materiali e sup-



porto che di volta in volta si renderanno necessari, non potranno prescindere dall'attuazione di iniziative locali per popolare di contenuti quello che oggi è un accordo unico nel panorama nazionale tra un Ente pubblico sussidiario dello Stato e una Associazione, nel perseguire il duplice scopo di realizzare la mission di legge di una professione di tutela della salute pubblica e farne conoscere il valore professionale.

A tale scopo la federazione sta preparando le linee guida per lo sviluppo del Forum nelle realtà territoriali al fine di supportare gli ordini che vorranno aderire al progetto.

¹ <http://www.trentagiorni.it/dettaglioArticoli.php?articolid=1479>

² <http://www.trentagiorni.it/dettaglioArticoli.php?articolid=1621>

³ inserire editoriale aprile

⁴ pubblicare l'atto costitutivo forum sul portale ■



CODICE DI CONSUMO

Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206

Art. 2. Diritti dei consumatori

1. Sono riconosciuti e garantiti i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti, ne è promossa la tutela in sede nazionale e locale, anche in forma collettiva e associativa, sono favorite le iniziative rivolte a perseguire tali finalità, anche attraverso la disciplina dei rapporti tra le associazioni dei consumatori e degli utenti e le pubbliche amministrazioni.
2. Ai consumatori ed agli utenti sono riconosciuti come fondamentali i diritti:
 - a) alla tutela della salute;
 - b) alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi;
 - c) ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità;
 - c-bis) all'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà;
 - d) all'educazione al consumo;
 - e) alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali;
 - f) alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti;
 - g) all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza.