

Workshop 24 maggio 2018

**TRADUTTORI GIURIDICI FRA LINGUA E DIRITTO –
QUALE FORMAZIONE?**

TRACCIA INTERVENTO

I relatori che mi hanno preceduto hanno accennato alle carte dei servizi che la Camera ha redatto in collaborazione con Federlingue nel corso del 2017.

La *redazione delle carte dei servizi* per l'appunto, è riconducibile a quella macro area di competenze camerali definita "Regolazione del mercato". Le attribuzioni di regolazione del mercato delle Camere di Commercio risalgono alla legge 580/93, provvedimento di riordino del sistema camerale, e sue successive modifiche e riconfermate dal più recente provvedimento di riforma degli enti camerali – il D.Lgs 219/2016.

I compiti di regolazione del mercato delle Camere di Commercio consistono in attività assai diversificate tra loro, tutte però finalizzate ad uno stesso obiettivo: un mercato equo e trasparente, caratterizzato da rapporti corretti tra gli operatori economici ed altresì tra le imprese ed i

consumatori, la cosiddetta “tutela del consumatore” nell’interesse generale dell’economia.

Si possono citare, quali attività di Regolazione del mercato , a titolo di esemplificativo:

- gli strumenti di ADR: l’arbitrato e la mediazione, quest’ultima è una attività valorizzata dal D.lgs 28/2010 e a cui le camere di commercio hanno creduto tanto è vero che la quasi totalità ha costituito un ORGANISMO DI MEDIAZIONE;
- la redazione di contratti tipo, di codici di autodisciplina e di carte dei servizi realizzate congiuntamente alle organizzazioni rappresentative delle categorie interessate e delle associazioni dei consumatori allo scopo di diffondere pratiche commerciali corrette con condizioni eque per entrambe le parti;
- le attività di vigilanza sia sugli strumenti metrici quando questi ultimi vengono utilizzati nelle transazioni commerciali o in ogni caso alla quantità è correlata una tariffa o un prezzo oltre alla vigilanza sulla sicurezza dei prodotti che generalmente riguardano, a titolo esemplificativo, i prodotti tessili, elettrici, giocattoli e dispositivi di protezione individuale;

- l'accertamento e la revisione di comportamenti diffusi, quali gli Usi e le Consuetudini, una delle fonti del diritto
- la registrazione dei protesti e tutta l'attività legata alla tenuta e alla cura del Registro delle Imprese.

Come Camera di Commercio siamo ben consci che un sistema economico territoriale accresce la propria competitività anche salvaguardando e sostenendo il suo tasso di legalità. Un territorio è tanto più competitivo ed attrattivo nelle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e consumatori, quanto più riesce a tenere ai margini le pratiche scorrette. Le Camere di Commercio da sempre si occupano di Legalità attraverso le attività di regolazione del mercato, in nome della chiarezza e della trasparenza giuridica, nell'interesse economico delle imprese e dei consumatori. Regolare il mercato significa creare e far conoscere regole certe ed eque e promuovere l'utilizzo di pratiche commerciali corrette: sono queste, infatti, condizioni necessarie ad un mercato efficiente, che permetta lo sviluppo delle imprese che vi operano. È per questo che la Camera, in collaborazione con le Associazioni degli imprenditori e dei consumatori, porta avanti dei progetti diretti a favorire l'equilibrio contrattuale tra coloro che richiedono e offrono servizi in particolare tra i

consumatori e le imprese, ma anche tra le imprese stesse. Il nostro tratto distintivo, rispetto alle attività anzidette, è di agire nell'interesse non solo dei consumatori, ma anche delle imprese che intendano operare sul mercato nel rispetto delle regole, supportandole nel percorso verso una maggiore trasparenza e adesione allo spirito della normativa.

Applicare una normativa non significa solo interpretare correttamente delle regole imposte dall'alto, ma anche crearne di nuove "dal basso", basandosi sull'esperienza imprenditoriale di chi quotidianamente eroga servizi e garantisce livelli di qualità significativi. In altri termini: per noi regolare il mercato vuol dire anche autoregolamentarsi. Prima che arrivi un'autorità esterna ad imporre nuove norme, il mondo delle imprese, con la preziosa collaborazione delle associazioni dei consumatori, cerca di autoregolarsi, di sorvegliarsi da sé, e anche di risolvere le possibili controversie in modo efficiente e rapido, a fronte di una funzione giurisdizionale lenta e costosa.

Le 2 carte dei servizi su cui abbiamo lavorato nel corso del 2017, LA CARTA DEI SERVIZI PER LE SCUOLE E I CORSI DI LINGUE E QUELLA PER LA TRADUZIONE E L'INTERPRETARIATO, con la preziosa collaborazione di

Federlingue, Unilingue, Assointerpreti, UNI, Istituto di Alti Studi Carlo Bo, la IULM e l'adesione di ANITI oltre alle associazioni dei consumatori che hanno aderito in quasi totalità hanno l'intento di aiutare gli utenti ad orientarsi nella scelta del servizio attraverso una serie di definizioni utili a chiarire le caratteristiche del medesimo e a capire quali siano gli indicatori di qualità del servizio che richiedono.

Oggi in Italia operano più di 200.000 aziende esportatrici e più di 300.000 aziende importatrici. Spesso si tratta di PMI, per cui è facile immaginare la necessità costante di presentarsi, di promuoversi e di instaurare relazioni utilizzando le lingue necessarie e indispensabili al dialogo economico. Viste tali esigenze la Camera ha voluto mettere in rete con la collaborazione del tavolo istituito un punto di riferimento, una mappa che segnali i percorsi migliori e i servizi più efficienti a beneficio di chiunque voglia conquistare nuovi territori e nuovi mercati.

Come saprete la Carta dei servizi è il mezzo attraverso il quale i soggetti che offrono un servizio individuano degli standard della propria prestazione. Con la carta dei servizi gli istituti offrono ai propri utenti un documento in cui sono descritti finalità, modi, criteri attraverso cui il servizio viene erogato, modalità e tempi di partecipazione. Con questo

documento ogni ente erogatore di servizi assume una serie di impegni nei confronti della propria utenza e dichiara quali servizi intende erogare, con quali modalità e quali standard di qualità intende garantire.

Se i corsi, i servizi di traduzione e interpretariato cresceranno per numero e qualità, grazie all'incremento della fiducia reciproca, allora si può dire che abbiamo raggiunto il nostro obiettivo: e non parlo solo dell' Ente Camera di Commercio, ma di tutta la comunità costituita da imprenditori e consumatori.

Abbiamo infine chiesto ad Unioncamere Nazionale di riconoscere il lavoro svolto e di promuoverlo in modo che possa essere riconosciuto a livello nazionale anche se mi è stato riferito che già qualche Camera lo ha fatto proprio.

Grazie per l'attenzione.