

---

Il Ministero dello Sviluppo Economico, in seguito al Decreto Legislativo 25 marzo 2010 n. 59 recante “Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno”, ha reso disponibile il database dei marchi di qualità dei servizi attualmente esistenti in Italia classificati secondo vari criteri.

L'art.81 del suindicato decreto prevede che i soggetti pubblici o privati che istituiscono marchi ed altri attestati di qualità relativi ai servizi o che sono responsabili della loro attribuzione devono rendere disponibili ai prestatori ed ai destinatari, tramite pubblicazione sul proprio sito internet, le informazioni sul significato dei marchi e sui criteri di attribuzione dei marchi e degli altri attestati di qualità.

I Marchi collettivi di qualità hanno l'obiettivo di selezionare e porre in risalto le imprese in grado di offrire servizi di qualità e consentono agli aderenti di essere individuati come strutture di eccellenza. Aderire ad un marchio di qualità significa aderire ad un sistema di identificazione e valutazione degli elementi che indicano la qualità del servizio reso.

In un momento di congiuntura economica così critica, tali strumenti di tutela acquisiscono un'importanza fondamentale. L'attuale contesto economico vede, infatti, azzerate le barriere all'ingresso dei mercati ed il numero degli operatori e dunque il livello di concorrenza è aumentato in maniera esponenziale.

I marchi di qualità garantiscono la natura, l'origine e la qualità dei servizi resi. Al tempo stesso, la registrazione del marchio consente di vietarne l'uso da parte di altri soggetti non aderenti e che non rispettano il disciplinare di qualità stabilito.

I dati raccolti nella banca dati del Ministero dello Sviluppo Economico hanno una grande valenza anche per i Consumatori che possono con semplicità scegliere gli operatori che offrono servizi di livello soprattutto nel settore turistico e della ristorazione.

Visita il sito del [Ministero dello sviluppo economico - Database Marchi di Qualità](#).

