

## Prezzi e tariffe

Telefonini, viaggio  
nella giungla delle offerte  
Pag. 5

## Salute

Farmaci, il commercio dei  
falsi viaggia sul Web  
Pag. 6

## Minori

Corsari della rete,  
per navigare sicuri  
Pag. 7

## Le rubriche

Notizie, campagne,  
informazioni utili  
Pag. 9-11

# Consumers'

il mensile dei consumatori

# magazine

aprile 2007



**MOVIMENTO  
CONSUMATORI**

www.movimentoconsumatori.it - info@movimentoconsumatori.it  
via Piemonte, 39/a - 00187 Roma tel. 06.4880053 fax 06.4820227

**VITA**  
non profit magazine

www.vita.it

## PRESTITI, CREDITO AL CONSUMO, MUTUI

# FAMIGLIE IN ROSSO A PICCOLE RATE

Un business in crescita costante.  
Ma chi ci guadagna?

I consigli del Movimento  
Consumatori per evitare trappole

**85** miliardi. È la ragguardevole cifra dei debiti contratti dagli italiani per acquistare beni "a rate" nel 2006. Un buon 20% in più rispetto all'anno precedente. Una corsa che sembra inarrestabile, quella del credito al consumo. Che significa poi non solo rate, ma anche formule come prestiti personali, carte di credito revolving, cessione del quinto dello stipendio. Insomma, gli italiani si indebitano sempre più. E lo fanno per i beni di consumo dopo averlo fatto per anni per la casa. Anche in questo settore la corsa ai mutui immobiliari sembra non avere fine, nonostante il rialzo dei tassi. La febbre del mattone, però, comincia ad avere qualche effetto collaterale. Aumentano infatti le famiglie in sofferenza con le banche e il numero di appartamenti messi all'incanto per insolvenza. E il rischio usura è dietro l'angolo...

dossier da **pagina 2 a pagina 4**



## una buona notizia...

**Liberalizzazioni con fiducia**

La "lenzuolata" di liberalizzazioni del ministro Bersani (quella che contiene l'abolizione dei costi di ricarica e della penale sui mutui e molto altro) è diventata legge. Ci sono voluti però due voti di fiducia, uno al Senato e uno alla Camera, per evitare che il decreto decadde sotto una pioggia di emendamenti dell'opposizione. Lobby dentro e fuori il parlamento sconfitte. Ora tocca a energia e credito.

## ...e una cattiva

**Etichetta, l'Europa ci obbliga all'addio**

Alla Ue non piace la legge 204/2004 che obbliga i produttori di alimenti a inserire in etichetta l'indicazione del luogo di origine. È in contrasto con il diritto comunitario. L'Italia si deve adeguare e abrogare una parte. Un bel passo indietro sul fronte della trasparenza. A cui c'è un solo modo per rimediare: varare norme singole per ciascun alimento, come già capita per carni bovine, uova, miele, latte. L'Europa lo consente. Ma si deve fare in fretta.

L'intervista  
**Meglana  
Kuneva**

a pagina 8

## \* editoriale

**Telecom**, questione nazionale

di **Lorenzo Miozzi\***

**N**azionalità ed esigenze del mercato. Questa volta il pomo della discordia è la vendita dell'azienda Telecom e, in particolare, i futuri assetti di potere di una rete infrastrutturale ritenuta centrale nell'economia e nella politica italiana.

Il caso: nonostante alcuni gruppi bancari avessero lasciato intendere che si sarebbe creata presto una cordata in grado di rilevare la compagnia telefonica di bandiera, Tronchetti Provera pare abbia deciso di non aspettare e ha nel frattempo aperto trattative con gli americani della At&t e i messicani della Movil per la rilevazione della Telecom senza informare i partner e trovandosi osteggiato perfino dagli stessi manager del gruppo.

\*presidente del Movimento Consumatori

## IL GRILLO DEL MESE



### I sindaci come Attila?

**I**l bello è, da sempre, intorno a noi. Una chiesa, una fontana, una piazza, un parco storico, una via romana, un ponte in pietra, un affresco. Il made in Italy è un'eredità che viene dal nostro passato, il nostro senso estetico ha creato ed esportato in tutto il mondo oggetti, moda, mobili, macchine. Poi sono arrivati i sindaci. Attila

era un dilettante, dove passava non cresceva più l'erba. I sindaci sono oltre. Dove passano crescono gli inceneritori e le discariche. Bisogna andare in trincea. Proteggere il territorio per i nostri figli e per rispetto delle generazioni passate. Ricevo ogni giorno lettere di cittadini dal fronte. Coraggio, Italiani, riprendiamoci il suolo patrio!  
Beppe Grillo [www.beppegrillo.it](http://www.beppegrillo.it)

segue a **pagina 4**



## IL TEMA DEL MESE

# Indebitati e contenti? Così il prestito ha fatto boom

di Christian Benna

La testa piena zeppa di desideri. Ma il portafoglio è mezzo vuoto. E allora anche i sogni si comprano a rate. L'auto, certo. Così il frigo, la tv al plasma e il computer. Più che beni durevoli, ormai appendici inseparabili dell'uomo moderno. Eppure i conti in tasca non tornano. Lo shopping delle cambiali invade ogni scelta e progetto di vita del consumatore: vacanze, palestra e telefonino. Tutto in saldo, purché si sborsino pingui interessi (anche oltre al 15%) sul prestito, declinati secondo le voci del Tan (Tasso annuo nominale) e Taeg (Tasso annuo effettivo globale), il secondo è quello che "vale", che si paga fino in fondo.

## Fenomeno in cifre

E anche quest'anno gli italiani hanno portato in cascina un bel carico di debiti. 85 miliardi, euro più, euro meno. È a quanto ammontano le consistenze del credito al consumo delle famiglie del Bel Paese. Un dato, secondo l'Osservatorio Assofin Crif Prometeia, in crescita del 20,6% rispetto all'anno precedente. Una cavalcata inarrestabile del consumismo del "prendi oggi e paghi domani".

Per consolarci si può menzionare che la zavorra di debiti è ben più pesante all'estero. Il mondo prestiti in Gran Bretagna arriva a sfiorare il 18% del Pil nazionale, il 10,4% in Germania, 8,5% in Spagna e 8,3% in Francia. Per non parlare dell'America, dove si ipotizza tutto almeno due volte per comprare altre cose da ipotecare. Mentre nella Penisola il credito al consumo ha appena superato il 6,1% del prodotto interno lordo.

Un giro di boa allarmante, sostengono i più allarmisti, la prima botola per finire in braccia un giorno ai "cravattari". Un toccasana per l'economia risponde invece il nutrito gruppo di sostenitori.

## Banche &amp; Co.

Tant'è che in Italia neppure i ripetuti rialzi dei tassi sul costo del denaro, stretti dalla mano di ferro della Banca centrale europea, hanno provocato un impatto negativo sul comparto. Un sintomo di quanto gli acquisti a rate stiamo modificando il dna di consumatori prudenti e conservatori come gli italiani. Una bella fetta di questo appetitoso mercato finisce nello stomaco delle istituzioni finanziarie e dei mediatori (65 miliardi), il resto è appannaggio delle banche tradizionali. Il 71% del credito erogato dagli operatori generalisti (le banche) è concentrato nei finanziamenti personali, un segmento a rischio ma con tassi di crescita vertiginosi.

Acquisti a rate, prestiti personali, carte revolving, cessione del quinto dello stipendio. I debiti degli italiani raggiungono cifre record. Un grande business. Anche per i consumatori?

Al contrario, i prestiti finalizzati all'acquisto di un determinato bene di consumo, sonnecchiano, viaggiando su un'espansione da prefisso telefonico con 0,9%. La creatività invece si sbizzarrisce agli sportelli delle istituzioni finanziarie (banche specializzate, società di credito al consumo e mediatori che "comprano e rivendono il credito" da terzi).

Le carte di credito revolving, veri e propri prestiti su denaro di plastica, continuano la loro corsa (+15%), i prestiti personali consolidano la performance (+25% con una quota totale delle erogazioni del 24%) e sale in classifica la new entry della cessione del quinto dello stipendio (+32,5%).

segue a pagina 4

## I CONSIGLI DEL MOVIMENTO CONSUMATORI

## Punto primo: occhio alle clausole

Ecco come evitare trappole nella stipula di un contratto di credito al consumo

Alla generica figura del credito al consumo possiamo ricondurre una serie di tipologie tra loro differenti: prestito personale, prestito finalizzato, credito revolving e cessione del quinto dello stipendio.

In generale è bene prestare attenzione ad alcuni punti che valgono per tutte le tipologie elencate. In primo luogo ricordiamo che il credito può essere erogato solamente da soggetti autorizzati quali banche e intermediari finanziari iscritti nell'apposito albo.

Per quanto riguarda la forma del contratto invece sottolineiamo che questo deve rispettare determinati requisiti:

- i contratti devono essere redatti per iscritto. In caso di mancanza della forma scritta il contratto è da considerarsi nullo e quindi nulla è dovuto dal consumatore

- una copia del contratto deve essere comunque consegnata al

consumatore

- per quanto riguarda il contenuto, elementi essenziali del contratto sono sicuramente: a) l'ammontare e le modalità del finanziamento; b) il numero, gli importi e la scadenza delle singole rate; c) il Taeg, vale a dire l'indicatore del costo totale del credito a carico del consumatore espresso in percentuale annua del credito concesso (vedi box nella pagina accanto); d) il dettaglio delle condizioni analitiche secondo cui il Taeg può essere eventualmente modificato; e) l'importo e la causale degli oneri che sono esclusi dal calcolo del Taeg.

Ricordiamo che nessun costo aggiuntivo, che non sia indicato nel contratto, può essere richiesto.

Per la specifica tipologia del prestito finalizzato (quello che si sottoscrive contestualmente all'acquisto di un bene o di un servizio) è necessario considerare che, una volta fir-

mato il modulo di richiesta di finanziamento, le rate andranno pagate indipendentemente dalla consegna del bene. La finanziaria infatti anticipa i soldi al venditore e rimane estranea alle vicende legate al rapporto tra consumatore e venditore.

Per evitare questo problema accertarsi che nel contratto sia inserita una clausola che subordini l'erogazione del finanziamento alla consegna effettiva del bene.

In conclusione, l'arma principale del consumatore è prestare estrema attenzione alle clausole del contratto che viene proposto prendendosi, se necessario, un po' di tempo per analizzarlo prima di firmare. Prima di sottoscrivere, inoltre, è bene controllare che non vi siano parti in bianco che il venditore potrebbe compilare successivamente a suo piacimento.

Piero Pacchioli

## I numeri

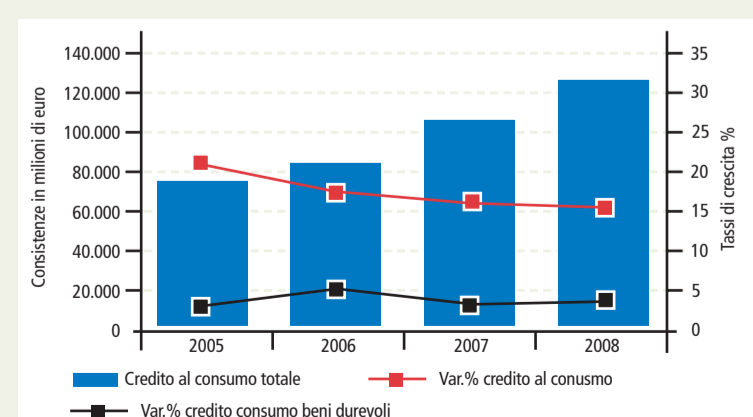
## Evoluzione del mercato del credito al consumo

	GIU-03	GIU-04	GIU-05	GIU-06
Consistenze totale mercato (milioni di euro)	53.904	60.105	70.802	85.377
di cui: banche generaliste (1)	17.370	16.399	17.698	20.316
istituzioni finanziarie e banche specializzate	36.534	43.706	53.104	65.061
Tassi di crescita annui totale mercato(%)	19,2	11,5	17,8	20,6
di cui: banche generaliste (2)	26,2	3,2	9,2	14,8
istituzioni finanziarie e banche specializzate (2)	16,2	15,5	21,5	25,3

(1) I valori sono ottenuti sottraendo ai dati riferiti alle banche le consistenze relative al credito erogato dalle istituzioni finanziarie specializzate trasformate in banca e forniti da Assofin  
(2) Tassi di crescita calcolati su campioni omogenei rispetto all'anno precedente tenendo conto anche delle operazioni di trasferimento di business tra i diversi operatori

Fonte: Osservatorio Assofin-CRIF-Prometeia, vol.21

## Il mercato del credito al consumo





## Glossario

Le parole  
del debito

## Credito al consumo

È costituito dai finanziamenti rateali destinati all'acquisto di beni o di servizi, dai prestiti personali, dalle aperture di credito rotativo (revolving) con o senza carta, dalle operazioni di cessione del quinto dello stipendio. Il credito al consumo è riservato alle persone consumatrici e ha un importo compreso tra i 154,94 euro (300mila vecchie lire) e i 30.987,41 euro (60 milioni di vecchie lire).

## Cessione del quinto dello stipendio

Significa richiedere un prestito personale con la caratteristica di venire addebitato direttamente sulla busta paga. La rata quindi viene pagata direttamente dal datore di lavoro con un bonifico fisso mensile. La cessione del quinto è un prestito non finalizzato: questo significa che, a differenza dei prestiti al consumo, la somma erogata non è destinata all'acquisto di un determinato bene (auto, moto, viaggi ecc.) e non viene richiesta nessuna informazione sulla destinazione del finanziamento. La garanzia del prestito risiede esclusivamente nella stabilità del posto di lavoro: la rata viene pagata finché c'è una busta paga (o una pensione) su cui addebitarla.

## Carte revolving

È una evoluzione della carta di credito: ad esempio il pagamento degli acquisti di aprile, invece che avvenire il 15 di maggio, viene rateizzato da aprile in avanti, pagando una certa somma fissa scelta dal cliente ogni mese (ad esempio 150 euro al mese). In questo caso però maturano interessi passivi. La carta di credito revolving quindi dilaziona e rateizza il pagamento degli acquisti fatti in un certo mese su più mesi, ma fa maturare interessi passivi per il cliente. Il tasso di interesse pagato dal cliente varia a seconda del tipo di carta (e spesso è espresso come x% al mese), ma su base annua i tassi delle carte revolving sono compresi tra il 14 e il 20%. Quindi usando carte di credito revolving il cliente si indebita, per una durata limitata di tempo, ad un tasso superiore al 14%.

## Il Taeg

Il Taeg - Tasso annuo effettivo globale è l'indicatore del costo complessivo del credito per il cliente. Il criterio per il calcolo del Taeg è fissato dalla legge.

Il Taeg permette di confrontare le offerte di finanziamento alternative, a patto che queste abbiano medesime caratteristiche in termini di importo e durata.

Il Taeg non corrisponde al tasso di interesse (che è invece espresso dal Tan - Tasso annuo nominale) e quindi non è corretto confrontarlo con il rendimento delle attività finanziarie, il tasso ufficiale di sconto, ecc. Un confronto corretto tra offerte alternative deve anche tenere conto del contenuto e della qualità del servizio connesso al credito (rapidità di erogazione, comodità di accesso al credito, semplicità e snellezza della procedura di valutazione della pratica, ecc).



## La mappa

## Famiglie in difficoltà

Il quadro delle famiglie con problemi nel pagamento delle rate dei mutui. Nel 2006 il numero totale delle sofferenze è aumentato del 5,1% rispetto all'anno precedente. La rata media è di 553 euro al mese, contro i 450 del 2005.

	Sofferenze sui mutui (miliardi di euro)	Famiglie in sofferenza	Numero famiglie	Percentuale famiglie
2002	10.595	356.155	21.810.676	1,63
2003	11.059	369.297	22.876.102	1,61
2004	11.454	398.418	23.310.604	1,71
2005	11.727	388.415	23.600.370	1,65
2006	10.105	408.055	23.971.183	1,70



## SOS MUTUI

E nel ballo del mattone  
qualcuno  
rischia di farsi male

**N**essuno escluso al ballo del mattone. Comprare casa è ormai diventato un investimento a portata di (quasi) tutte le tasche. E il mutuo si allunga come un elastico e tocca perfino durata quarantennale, si trasforma in flessibile per lavoratori atipici. Il tutto mentre la legge cancella le penali per cambiare operatore e l'Ue apre le porte al mutuo al supermercato. Così procede a gambe levate la corsa del prestito per la casa: nel terzo trimestre 2006, secondo la Banca d'Italia, sono stati erogati flussi per 45,2 miliardi di euro con un aumento del 16,3% rispetto all'anno precedente. Il 60% delle compravendite avviene con il ricorso al mutuo.

L'ennesimo boom del comparto: anche a fronte di tassi di interesse in crescita, malgrado i prezzi al mq alle stelle (+92% nell'ultimo decennio) e a dispetto dello spettro della bolla immobiliare che si aggira sul comparto. Fin qui tutto bene. Non mancano le grida di allarme, ma l'abitazione resta il bene rifugio, la roccaforte delle famiglie, l'investimento per eccellenza. Almeno così è, ma non per tutti. Perché a forza di correre a doppia cifra, si incominciano a vedere le prime crepe in casa Italia.

## Rischio sofferenze

Una ricerca di Nomisma ha messo il dito nella piaga delle sofferenze: sempre più famiglie non ce la fanno a rispettare le rate. E il monito è partito anche dal presidente del Fondo monetario internazionale **Rodrigo Rato** che, a margine di una conferenza finanziaria a Madrid, ha detto: «Piuttosto che pensare alle ripercussioni del terremoto del mercato immobiliare subprime america-

no, nell'Unione Europea bisogna porre attenzione all'eccessiva espansione del credito». Un avvertimento da non sottovalutare soprattutto in Italia, patria di risparmiatori e proprietari di casa per antonomasia, anche se il mercato del mutuo è saturo e il costo dei prestiti non si abbassa. Anzi. Il Bel Paese si conferma per l'ennesimo anno la culla del caro mutuo: 0,89 punti in più rispetto alla media europea. Piccole cifre ma che valgono 5 miliardi di differenza in portafoglio. E cresce il numero di famiglie con mutui in sofferenza: sono circa l'1,7% del totale.

Sempre più famiglie non ce la fanno a pagare le rate: sono l'1,7% del totale. E le aste giudiziarie per gli immobili pignorati sono sempre più "ingolfate". Arrivano i primi segnali di allarme in un comparto che sembrava destinato a correre senza tregua

## E in tribunale...

La spia di allarme si accende anche in Tribunale nel corso delle aste giudiziarie. A Napoli, Milano, Torino i tempi della giustizia non riescono a smaltire immobili pignorati, le abitazioni in svendita per ripagare i debiti di tanti consumatori. A Milano sono state 1.500 le vendite all'asta per mancato pagamento del mutuo a Milano: rispetto all'anno precedente è un aumento del 300%... (C.Be.)

## Il caso Usa

## Così si sgonfiò la bolla

## Cronaca di una crisi

Alla fine non è scoppiata. La bolla immobiliare Usa si è semplicemente sciolta al sole. Sgonfiata perché sotto stress da troppi anni: finanza creativa, crediti concessi a raffica anche a chi ha poche garanzie da offrire. Il cosiddetto mercato dei mutui subprime (quelli a forte rischio) è saltato una mattina di prima estate quanto uno dei big delle erogazioni a Wall Street ha vuotato il sacco: «Tanti clienti non riescono più a rimborsare». Crollo del listino trascinando tutto i settori interessati: dall'immobiliare al credito, alle costruzioni. L'ex presidente della Federal Reserve, Alain Greenspan, i cui sospiri ancora muovono le Borse, prevede foschi scenari con «prezzi delle case in frenata e problemi a catena per tutta l'economia americana». Insomma, a due passi dalla recessione. Per ingordigia.

L'ALLARME DEL SEGRETARIO DELLA CGIA, GIUSEPPE BORTOLUSSI

# Dai debiti all'usura Attenti: lo strozzino è dietro l'angolo

di Angela Carta

**S**ovraindebitamento e rischio usura. Se ne parla sempre più spesso come di due fenomeni in costante crescita nel nostro Paese. Ma qual è la reale situazione? È giusto ipotizzare per gli italiani un futuro non lontano pieno di cambiali, debiti, strozzini? Lo abbiamo chiesto a **Giuseppe Bortolussi**, segretario della Cgia di Mestre, associazione artigiani e piccole imprese, famosa in Italia per il suo ufficio studi da cui escono ogni anno ricerche, dati, relazioni sul mondo dell'artigianato e delle imprese che hanno rilevanza a livello nazionale.

**Consumers' Magazine:** Negli ultimi tempi si parla di sovraindebitamento delle famiglie italiane come di un fenomeno in costante aumento. La situazione è davvero così preoccupante?

**Giuseppe Bortolussi:** Recentemente abbiamo condotto un'indagine sull'indebitamento delle famiglie nel nostro Paese dalla quale è emerso che le città più esposte sono quelle che registrano anche i livelli di reddito più elevati. Questo implica alcune considerazioni. Innanzitutto, non escludendo che tra questi "indebitati" vi siano anche delle famiglie appartenenti alle fasce sociali più deboli, appare evidente che la forte esposizione in queste realtà, soprattutto a fronte di

«Non fidatevi di chi vi offre prestiti troppo vantaggiosi. Anche perché il fenomeno è interamente in mano alla criminalità organizzata. Per questo è più pericoloso»

significativi investimenti nel settore immobiliare, non debba preoccupare particolarmente. Altra cosa è quando analizziamo la variazione di crescita del sovraindebitamento registrata nell'ultimo anno. Ai primissimi posti troviamo molte città del Sud. Ciò sta a significare che questo aumento è probabilmente legato al perdurare della crisi economica che ha indotto molte famiglie, soprattutto quelle produttrici, a ricorrere a prestiti bancari per affrontare questa difficile situazione.

**CM:** Come si presenta il fenomeno dell'usura nel Nord e nel Sud del nostro Paese? Ci sono differenze?

**Bortolussi:** Il fenomeno è distribuito un po' su tutto il territorio nazionale, ma non si può nascondere che in buona par-

te del Mezzogiorno ha radici storiche molto diffuse ed oggi costituisce una delle principali fonti di reddito della criminalità organizzata che ha così la possibilità di controllare l'attività economico-commerciale di interi quartieri.

**CM:** Ultimamente sono stati resi noti i risultati della campagna antiusura e antiracket del ministero dell'Interno. In poco più di quattro mesi si sono registrate 3.150 chiamate. Un cifra considerevole. Come commenta questi risultati?

**Bortolussi:** Spesso le vittime, o presunte tali, sono propense a denunciare telefonicamente questo odiosissimo fenomeno, ma sono meno disposte a recarsi personalmente dalle forze dell'ordine e a presentare regolare denuncia. I motivi possono essere svariati: sicuramente la paura di subire ritorsioni sulla propria azienda e sui familiari costituisce un deterrente molto forte.

**CM:** In una sua recente intervista ha posto l'accento su una sostanziale evoluzione della figura dell'usuraio rispetto al passato. Cosa comporta questo cambiamento?

**Bortolussi:** Fino a 20-30 anni fa nell'immaginario collettivo l'usuraio era colui che nei vicoli delle nostre città "avvicinava" coloro che si trovavano in difficoltà economica e offriva prestiti a con-



chi è

## Segretario e assessore

Giuseppe Bortolussi è segretario dell'Associazione artigiani e piccole imprese di Mestre - Cgia. L'ufficio studi dell'associazione si è conquistato un posto di rilievo nazionale per le sue ricerche sul mondo delle piccole imprese. Bortolussi è anche assessore alle Attività produttive e al Commercio del Comune di Venezia.

dizioni vantaggiosissime. Oggi, questa figura è ormai scomparsa e il fenomeno è ormai controllato dalle organizzazioni criminali. Le conseguenze per le persone possono essere, quindi, molto più gravi.

**CM:** Cosa si sente di consigliare alle famiglie italiane per vincere questa piaga?

**Bortolussi:** Innanzitutto di non lasciarsi tentare, anche se per piccolissime somme, da proposte di prestito molto vantaggiose. Inoltre, diffidare sempre di coloro che con una certa facilità dimostrano di avere grosse disponibilità di liquidi in tempi brevissimi. In caso di necessità, consigliamo, ad esempio, ai piccoli artigiani e ai commercianti di ricorrere sempre alla consulenza delle associazioni di categoria.

segue da pagina 2

Il debito degli italiani è una valanga che fa paura. Ma nel dettaglio la spesa a rate è meno sbarazzina, anche se piuttosto inquinante, di quanto si possa pensare. Il 44% del credito è dedicato alla mobilità: auto e moto in prima fila. Il 10,4% finisce nell'arredamento delle case e in elettronica, elettrodomestici, servizi.

L'analisi della rischiosità del mercato, in rapporto ai tassi di sofferenza e insolvenza, dimostra il miglioramento della qualità del credito attestandosi intorno al 6%, un dato inferiore di un punto rispetto al giugno 2005. E a chi si affastellano le rate sul tavolo che succede? Si aprono davvero le porte dell'usura? **Umberto Filetto**, docente area Intermediazione finanziaria e assicurazione alla Sda Bocconi, invita alla cautela. «L'usura è un fenomeno criminale gravissimo», dice, «che però colpisce i piccoli commercianti e imprenditori, molto meno le famiglie. Nel mondo del credito al consumo ci sono buoni e cattivi operatori. A volte il credito può essere carissimo, ma anche se furbetto siamo all'interno della legalità. Bisogna intervenire sull'educazione del consumatore, che oggi è spesso impreparato a questo e alle trasformazioni finanziarie della nostra società. L'acquisto a rate contribuisce alla tenuta della nostra economia. Basti pensare che il 70% delle auto circolanti viene venduto tramite credito al consumo». Però poi precisa: «Urgono anche provvedimenti sia nella trasparenza che in chiarezza. I fogli informativi dei prestiti sono guide complesse e difficilmente leggibili per chi vuole comprare a rate un televisore». *Christian Benna*

## editoriale

Telecom, questione nazionale

segue dalla prima

Se questa manovra piace alla Borsa (la Pirelli venderebbe così con un premio del 30% sulle quotazioni azionarie correnti) non piace invece ai banchieri e a gran parte dei politici. Quella che agli occhi del mercato e della Borsa è una contrattazione allettante, determina una forte preoccupazione nel mondo politico, preoccupazione che si rivolge ai futuri livelli di occupazione e di sicurezza e al rischio di smembramento di una rete capillare che offre un servizio nazionale.

Personalmente ritengo che un eventuale intervento del governo non debba essere inteso perciò un'interferenza nei meccanismi del mercato, ma solo come tutela di un settore strategico quale quello della rete che costituisce un bene pubblico.

La perplessità maggiore nasce dal fatto che gli imprenditori in Italia e i grandi gruppi non si siano fatti avanti e dal fatto che una minoranza azionaria possa decidere le sorti di un servizio così importante.

L'origine di tutti i mali sta molto probabilmente nella manovra di privatizzazione della Telecom avvenuta con le liberalizzazioni del 1997 che, nell'ottica dell'eliminazione dei monopoli pubblici e

in accordo con le direttive Ue, aveva determinato l'apertura verso i mercati.

Desto preoccupazione non solo il futuro di un servizio così vitale per la popolazione in anni in cui le telecomunicazioni sono diventate essenziali e imprescindibili per la stragrande maggioranza dei consumatori, ma ancor di più per l'evidente rischio che gli acquirenti esteri possano acquisire oltre al controllo dell'azienda anche una quantità ingente di dati e informazioni personali degli utenti Telecom (rischio non trascurabile considerando che il vero potere nel ventunesimo secolo non è dato tanto dalle armi quanto dall'informazione).

A questo si aggiunge la perplessità nei confronti dell'incertezza e dei disservizi in cui versa il settore della telefonia fissa: gli utenti non solo devono fare i conti con una qualità dei servizi sempre più bassi, tempi di attesa lunghissimi per la riparazione di guasti o per l'attivazione del servizio, ma come piccoli risparmiatori non sono nemmeno interpellati nell'ambito di una manovra che, comunque andasse in porto, li vedrebbe esclusi da qualunque beneficio.

*Lorenzo Miozzi*





## LA GIUNGLA DELLE TARIFFE TELEFONICHE

# Caro cellulare, quanto mi costi (davvero)?

L'obiettivo trasparenza nelle tariffe è ancora lontano. L'abolizione dei costi di ricarica è un primo passo, anche se...

di **Alessandro Mostaccio**

Sembra impossibile, ma è vero. Anche nel Paese che conta 77 milioni di telefonini, su una popolazione di 53 milioni, secondo al mondo dopo il Lussemburgo, qualcosa è cambiato. Oltre i consumi, per una volta sono cresciuti in Italia anche le garanzie e la trasparenza. Con il noto decreto legge Bersani, sono state aboliti i costi di ricarica per le schede prepagate, si è sancito che il credito telefonico delle carte prepagate non può più avere una scadenza (fino ad oggi era di 12 mesi), sono stati posti i presupposti affinché si possa giungere presto alla trasparenza anche nelle tariffe.

### I rischi per le tasche

Con l'abolizione dei costi di ricarica i quattro gestori di telefonia mobile italiani (Tim, Vodafone, Wind, 3) perdono 1,7 miliardi di euro, di cui 950 milioni di guadagno netto e 750 milioni di costi per i servizi di pagamento (es. carte, bancomat). Questo mancato guadagno non sarà poi realmente di questa portata in quanto verrà compensato da una sicura crescita ulteriore dei consumi sulla base della semplice considerazione per cui se mi trovo più credito sulla scheda del cellulare, probabilmente tenderò a spendere di più (fare più chiamate o chiamate più lunghe).

Ma il timore che parte degli incassi per si venga redistribuito sui clienti è forte. Visto che non può avvenire in maniera troppo sfacciata (con un semplice aumento dei prezzi), gli operatori hanno iniziato a proporre nuovi piani tariffari, ovviamente peggiorativi. Altri operatori come Wind hanno invece imboccato un'altra strada: cambiano i piani tariffari in maniera unilaterale. Dal primo maggio 2007, infatti, tutti i clienti Wind che hanno il piano tariffario "Wind 10" passeranno automaticamente a "Wind 12". Ovviamente il nuovo piano tariffario è molto peggiorativo sui costi di scatto alla risposta, sul costo unitario per minuto di conversazione e sugli

sms. È legittimo? Sembrerebbe di sì. La legge fa solo carico all'operatore di avvertire il cliente 30 giorni prima. Cosa che Wind ha fatto.

Che cosa possono fare coloro che non vogliono subire questa l'automatica sostituzione del piano tariffario? Cambiare operatore, tenendo presente che l'effettiva "portabilità" del numero non avviene in 24 ore, ma richiede almeno qualche settimana (continuando ad utilizzare solo in entrata Wind ed in uscita un nuovo operatore con un nuovo numero).

### Consigli per gli acquisti

Per poter però scegliere dove "migrare" è però necessario capire quale operatore è più vantaggioso. Per fare questo sono necessarie due cose: sapere quali sono le proprie esigenze di consumo e che le tariffe dei diversi operatori siano facilmente confrontabili. Sul primo aspetto, ognuno sa per sé. È necessario sedersi a tavolino con pazienza e ragionare su quale è il reale utilizzo che si fa del cellulare (ad es. se si chiamano prevalentemente o solo numeri fissi, se si chiamano sempre gli stessi numeri oppure no, ecc.)

Sul secondo aspetto torna di estrema utilità la "delega" che il decreto Bersani ha conferito all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni perché approvasse un primo regolamento per la trasparenza e confrontabilità dei piani tariffari dei diversi operatori. Già nel mese di marzo l'Authority, presieduta da Corrado Calabrò, ha approvato questo regolamento. Per i cellulari gli operatori dovranno esplicitare nei piani tariffari i costi al minuto verso la telefonia fissa, mobile e verso i numeri particolari, lo scatto alla risposta e il costo degli sms.

Tutto risolto allora? Non proprio, chi pensasse il contrario può cimentarsi con la tabella qui accanto.

Ma siamo finalmente sulla buona strada, ci stiamo avvicinando. Sarà necessario semplificare ancora. Abolendo anche lo scatto alla risposta, per esempio.

## Lo screening

### Tariffe a confronto: alcuni esempi

TIM				
<b>TIM CLUB</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	numeri amici	0	9	a secondi
	altri cell dell'operatore	0	19	
	fissi	0	19	
	cell di altri operatori	0	19	
sms: 15 centesimi				
<b>UNICA NEW PREMIUM PREPAGATI</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	altri cell dell'operatore	16	19	a scatti
	fissi	16	19	di 30 secondi
	cell di altri operatori	16	19	
sms: 15 centesimi bonus di 20 euro quando si raggiunge una spesa di 20 euro nel mese solare verso cellulari Tim				
<b>RELAX BASE</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	altri cell dell'operatore	16	19	a scatti
	fissi	16	19	di 30 secondi
	cell di altri operatori	16	19	
VODAFONE				
<b>YOU&amp;VODAFONE</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	numeri amici	19	1	a scatti
	altri cell dell'operatore	19	7	di 30 secondi
	fissi	19	30	
	cell di altri operatori	19	30	
sms: 15 centesimi				
<b>EASYDAY</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	numeri amici	15	15	a secondi
	altri cell dell'operatore	0	25	
	fissi	0	25	
	cell di altri operatori	0	25	
sms: 15 centesimi				
<b>ZERO LIMIT</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	altri cell dell'operatore	19	19	a scatti
	fissi	19	19	di 30 secondi
	cell di altri operatori	19	19	
sms: 15 centesimi				
RICARICABILI WIND				
<b>WIND SENZA SCATTO NEW</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	altri cell dell'operatore	0	24	a secondi
	fissi	0	24	
	cell di altri operatori	0	24	
sms: 15 centesimi - mms: 60 centesimi				
<b>WIND 12</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	altri cell dell'operatore	16	12	a scatti
	fissi	16	12	di 30 secondi
	cell di altri operatori	16	12	
sms: 15 centesimi - mms: 60 centesimi				
<b>WIND 5 NEW</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	altri cell dell'operatore	17	6	a scatti
	fissi	17	6	di 30 secondi
	cell di altri operatori	17	6	
canone mensile: 6 euro - sms: 15 centesimi - mms: 60 centesimi				
H3G				
<b>SEMPLICE 3</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	numeri amici	15	19	a secondi
	altri cell dell'operatore	15	19	
	fissi	15	19	
	cell di altri operatori	15	19	
non considera autoricarica (5 eurocent/min da aom e numeri di rete fissa + 2 eurocent per ogni sms/mms da aom e numeri di rete fissa). Non considera opzione "gente di 3" (costo: 9 euro/mese): 60 min/gg chiamate e videochiamate vs tutti i cell 3 gratis e senza s.r. + 60 sms/mms al gg				
<b>SUPER 3</b>		s.r.	prezzo/min	critério di tariffazione
	altri cell dell'operatore	15	10	a scatti
	fissi	15	10	di 60 sec. pagati
	cell di altri operatori	15	10	anticipatamente
sms: 10 centesimi. Non considera autoricarica (5 eurocent/min da aom e numeri di rete fissa + 2 eurocent per ogni sms/mms da aom e numeri di rete fissa)				

fonte: Movimento Consumatori



## FARMACI CONTRAFFATTI

# Medicine, cresce grazie a Internet la fabbrica dei falsi

di Rossella Miracapillo

Il fenomeno dei farmaci contraffatti è in costante aumento. Secondo l'Organizzazione mondiale della sanità si è in presenza di un farmaco contraffatto se esso «deliberatamente e fraudolentemente, reca false indicazioni riguardo alla sua origine e/o identità». Alcuni falsi medicinali contengono polvere inerte e zucchero al posto del principio attivo che conferisce il potere al farmaco. Altre volte, purtroppo, ci sono sostanze pericolose, spesso illegali e dannose che per questo sono inserite in una apposita lista nera del nostro ministero della Salute. In altri casi ci sono prodotti con dosaggi sbagliati oppure preparati in condizioni igieniche non ottimali. In altre situazioni ci si trova di fronte a farmaci fantasiosi che vantano proprietà miracolose, quasi sempre di potenziamento delle prestazioni mentali, sessuali o fisiche e che contengono, invece, solo un po' di banali vitamine. Altre volte ancora si tratta di prodotti non ancora in commercio in Italia perché in attesa di verifica da parte del ministero della Salute.

## La geografia del malaffare

Il fenomeno della contraffazione tocca tutta l'Europa e il Nord America, dove è in forte aumento, ma soprattutto riguarda i Paesi del terzo mondo dove arriva a coprire anche il 60% del fatturato.

Nel nostro Paese, la contraffazione

Zucchero al posto del principio attivo. Dosaggi sbagliati. Promesse di miracoli impossibili. O addirittura sostanze pericolose. Il mercato clandestino dei medicinali conquista sempre più spazio. Oggi è il 10% del mercato italiano. Domani?

## Le categorie

### I sequestri più frequenti

#### In Europa

- Farmaci che migliorano le prestazioni virili (Viagra, Cialis, Levitra)
- Anabolizzanti
- Vitamine
- Prodotti per le diete
- Psicofarmaci e psicostimolanti

#### In Asia, Africa e Paesi in via di sviluppo

- Antibiotici
- Antinfiammatori

nel settore farmaceutico, secondo i rapporti dei Nas, al momento sembrerebbe riguardare quasi il 10% del mercato complessivo italiano.

Ma da dove arrivano questi falsi farmaci? Dove si trovano? Ancora una volta le risposte le troviamo nei verbali dei Nas: i sequestri avvengono alla frontiera in mezzo a merce destinata a negozi cinesi o su banali bancarelle insieme ad alimenti o merci varie.

## Come evitare trappole

Per combattere il fenomeno, crediamo sia necessario creare una uniformità legislativa su questi temi. Accordi transnazionali per il coordinamento delle normative e un aumento dei controlli ispettivi per le merci in arrivo via posta, specie quando si tratta di farmaci, possono essere dei validi strumenti per ostacolare un mercato che sta diventando per alcuni aspetti pericolosamente incontrollabile. Incontrollabile come Internet, il mezzo "principe" per l'acquisto degli pseudomedicinali.

Il primo consiglio agli utenti, naturalmente, è quello di non acquistare farmaci sul Web, perché non c'è nessuna garanzia di sicurezza e di affidabilità, ma non potendo bloccare queste nuove forme di commercio è indispensabile strutturare la Rete in modo tale che per alcuni prodotti siano necessarie delle particolari autorizzazioni. Per non incorrere in situazioni ad alto rischio, mai, quindi, acquistare in canali non ufficia-

## La guida

### Quando sono contraffatti

1. Farmaci identici per forma e colore a quelli originali, compresi confezioni e foglietti illustrativi, senza il principio attivo.
2. Farmaci con il principio attivo dichiarato, ma con un dosaggio non esatto, molto spesso minore a quello dichiarato.
3. Farmaci che contengono dei contaminanti pericolosi al loro interno, perché non allestiti in condizioni di sicurezza.
4. Farmaci non registrati in Italia, talvolta addirittura inseriti in apposite liste nere e dunque espressamente vietati.

li. Per quanto riguarda quelli ufficiali sono gli unici veramente sicuri.

Per tranquillizzare il consumatore sui farmaci che si trovano in farmacia e negli ospedali bisogna precisare che nel 2005 è stata attuata una normativa che regola la tracciabilità dei farmaci in commercio in Italia per cui quelli che si acquistano nei canali istituzionali hanno un codice alfanumerico che individua tutto il percorso della filiera del farmaco, dunque è assolutamente facile risalire al venditore, all'intermediario e allo stabilimento di produzione. Questo ovviamente rende più sicuro tutto il processo fino all'acquisto da parte dei cittadini.

## IL FENOMENO

# Viagra via e-mail, così la Rete aiuta ad aggirare i controlli

Farmaci per l'impotenza, ma anche tranquillanti e anabolizzanti

L'arrivo di messaggi che invitano all'acquisto di farmaci via Internet è ormai all'ordine del giorno. E gli utenti comprano. Sempre di più, stando alle notizie più recenti. Sembra che quello che induca il consumatore a sfruttare questa via di acquisto non sia, nella maggior parte dei casi, la convenienza, bensì la garanzia di vedere tutelata la propria privacy e di "sfuggire" al controllo medico, requisito, ad esempio, indispensabile in Italia per potersi procurare farmaci come tranquillanti o anabolizzanti.

Le proposte arrivano quasi sempre



da siti registrati all'estero, in Nuova Zelanda piuttosto che in Australia, dove le maglie della normativa riguardante i farmaci sono molto più lente.

In questi Paesi, i blandi vincoli determinano in alcuni casi, come quello della ricetta medica ma che si metta anche a disposizione la possibilità di ottenere in tempo reale una ricetta elettronica redatta "in automatico", rispondendo ad alcune banali domande che dovrebbero sostituire l'anamnesi del medico di famiglia. Pertanto vengono bypassate tutte le verifiche (sempre nel

caso del Viagra) di divieto di utilizzo nel caso di problemi cardiaci o di uso contemporanei di farmaci a base di nitroglicerina.

Queste situazioni "paradossali" non si possono verificare nel nostro Paese. In Italia nessun sito, nessuna farmacia può cedere via Internet farmaci con o senza obbligo di ricetta medica, perché la legge lo vieta espressamente. La contravvenzione di questo divieto comporta una violazione di carattere penale. E, visti i rischi cui vanno incontro gli utenti, non a torto.

(R.M.)



## Leggere per crescere

## Bambini "terribili" o bambini malati?

«Il mio bambino sembra non sapersi concentrare, neppure nei giochi, a scuola è disattento e disturba i compagni, rendendo il lavoro degli insegnanti faticoso. Non si tratterà per caso di "Disturbo da deficit attentivo con iperattività" di cui tanto si parla?». Questo interrogativo viene posto abbastanza spesso negli incontri che si fanno in tutta Italia per favorire lo sviluppo di Leggere per Crescere che, fra gli obiettivi, ha anche quello di stimolare i genitori a raccontare e leggere ad alta voce ai loro bambini per favorire anche le



capacità di attenzione e di convivenza sociale. Alla domanda risponde **Giampietro Chiamenti**, pediatra, tra i promotori del progetto, segretario della Federazione italiana medici pediatri del Veneto.

«Gli psicologi dell'età evolutiva mettono in guardia sul fatto che, di fronte a bambini con problemi, ci si trova spesso nella difficoltà di distinguere fra normalità, disagio, disturbo e malattia, andando incontro a due rischi: considerare disturbato un bambino sano oppure trascurare soggetti veramente bisognosi di cure. I due rischi, molto spesso, sono frutto di una causa: lo spostamento dell'interesse dei genitori e degli insegnanti dal bambino e dalle sue sofferenze ai "fastidi" cui gli adulti sono esposti. Il problema non è di facile soluzione.

Il tempo è poco, altri bambini, in casa e a scuola, hanno necessità di essere accuditi ed educati, ma sopra ogni cosa i genitori e anche gli insegnanti non sempre sono sufficientemente attrezzati a comprendere e a gestire in modo adeguato i bambini. Che fare, allora, per migliorare le nostre prestazioni educative? Vorrei attirare l'attenzione su un fatto su cui ogni azione educativa dovrebbe basarsi, e cioè che il bambino "difficile" è il primo a soffrire dei suoi comportamenti. Riconoscere la sofferenza del

bambino e prodigarsi in atteggiamenti consolatori autentici è un primo, indispensabile passo da compiere se si vuole contribuire a superare le "difficoltà" che determinano le manifestazioni fuori dalla norma. Quanto al Disturbo da deficit attentivo con iperattività, vi sono elementi, la cui valutazione è un compito specialistico cui accedere, convenientemente guidati e con molta cautela, quando le manifestazioni appaiano realmente preoccupanti.

Info: [www.leggerepercrescere.it](http://www.leggerepercrescere.it)  
[salutesocieta@gsk.com](mailto:salutesocieta@gsk.com)

## Nel dettaglio



## Cos'è

Una guida illustrata a fumetti con disegni accattivanti e consigli per i giovani navigatori della rete. Utilizzando la figura dei corsari si cerca di attirare l'attenzione dei più giovani ed educarli attraverso una divertente avventura. Attraverso la similitudine con i corsari vengono illustrati i pregi e i difetti delle Rete mettendo in guardia i piccoli navigatori dai pericoli che si nascondono nel mare delle informazioni.

## Cosa prevede

Le guide *I corsari della rete* saranno distribuite a tutte le direzioni scolastiche del Veneto con una lettera di presentazione e una copia delle guide.

Il Movimento Consumatori invierà successivamente alle scuole che ne faranno richiesta una guida per tutti i bambini (8/11 anni). Le scuole che ne faranno richiesta potranno anche richiedere corsi specifici svolti da esperti del Movimento Consumatori presso gli istituti scolastici.

## Obiettivi

Il progetto *I corsari della rete* permetterà di raggiungere direttamente i giovani, spiegare personalmente i contenuti della guida e raccogliere i commenti dei ragazzi. Insieme al pieghevole saranno distribuite anche la guida su un corretto uso del denaro e un album di figurine per imparare la segnaletica stradale redatte da Movimento Consumatori per raggiungere in modo nuovo e interessante anche i consumatori più giovani. Attraverso il contatto con le scuole, quindi, vengono trattati temi estremamente importanti per trasmettere ai giovani la cultura dell'utilizzo responsabile degli strumenti della società moderna.

## MINORI ONLINE

## Nel mare della Rete guidati dai "corsari"

di Piero Pacchioli

**A**vviso ai piccoli naviganti della rete: ecco uno strumento facile e chiaro per capire tutto di Internet. Come funziona? Chi l'ha inventato? Perché si chiama così? Le risposte ai numerosi dubbi dei ragazzini (ma non solo) alle prese ogni giorno con il World Wide Web sono racchiuse in poco più di venti pagine grazie a un opuscolo colorato ed essenziale realizzato dal Movimento Consumatori.

Per catturare l'attenzione dei piccoli lettori gli editor dell'associazione MC hanno pensato alla leggendaria figura dei corsari che, a differenza dei pirati, solcavano i mari in cerca dei tesori ma sotto un velo di legalità garantito dai governi dei diversi Paesi che si contendevano il dominio marittimo. La similitudine è presto spiegata, dunque: se Internet può essere paragonato a un grande mare è perché come gli oceani è pieno sia di informazioni, isole e tesori, che di insidie, trappole e pericoli. Per questo chi meglio di un abile corsaro può guidare i piccoli e inesperti navigatori solitari lungo le mutevoli acque del web?

Già dall'indice dell'opuscolo *Corsari della Rete* si intuisce l'obiettivo: chiarezza, innanzitutto. Sì, perché una corretta informazione è il punto di partenza fondamentale per prendere confidenza con gli strumenti, le modalità d'accesso, i termini corretti per descrivere gli oggetti che utilizziamo durante una navigazione sul web. La tastiera, il monitor, l'Adsl, il modem, il mouse. Così, mischiando insieme informazioni storiche sulla nascita della Rete, riferimenti ad indirizzi utili (e sicuri) a seconda dell'argomento d'interesse e indicazioni pratiche su cosa sia un modem e cosa una chat, i

Uno strumento facile e chiaro per capire tutto del web. Venti pagine curate dal Movimento Consumatori per informare su un corretto uso di Internet, ma anche per mettere in guardia i più piccoli dai suoi pericoli. Più o meno nascosti

corsari e i loro amici (ragni, pappagalli e granchietti) spiegano, passo dopo passo, tutto quel che serve a bordo.

## I "mostri" da evitare

Si sa che Internet può essere utilizzato per le ricerche scolastiche di storia, letteratura, geografia, scienze. Ma l'opuscolo insegna anche come, utilizzando i motori di ricerca per trovare soltanto le informazioni necessarie in mezzo alla mole di notizie che esistono nel web. Viene spiegato con estrema chiarezza che su Internet si possono trovare giochi, musica, cartoni animati ma si rischia anche di incappare in "mostri". In modo chiaro e non allarmistico il corsaro mette in guardia dalle truffe telematiche: «L'importante è non avere mai paura e... avvertire subito la mamma e il papà quando incontri uno di questi problemi. La sanguisuga bugiarda ti succhia la pa-

ghetta! Ti dice: "Scarica suonerie per i cellulari, scarica musiche, scarica foto... Non costa niente!". Non è vero! Questa sanguisuga succhia anche 1-2 euro al minuto senza che te ne accorga subito... ma sentirai le urla di mamma e papà quando arriverà la bolletta!». Oppure dalle molestie: «A volte mentre chatti troverai qualcuno che ti fa discorsi strani, ti chiede quanti anni hai o se hai i capelli biondi. Spesso sono persone grandi che infastidiscono i bambini. Sono mostri della specie *Adulttopiovra*, cercano di attaccarsi a te! Non gli rispondere, parla soltanto con i tuoi amici! Se poi insiste... o magari ti chiede il numero di telefono, o l'indirizzo dove abiti... corri subito da mamma e papà e racconta tutto: potrai così riprendere a chiacchierare e giocare senza problemi».

Un ultimo cenno al glossario (più semplicemente chiamato «L'alfabeto del web»), sistemato nelle ultime pagine dell'opuscolo. Inizia con la A di "at", il nome tecnico della chiocciolina @, spiegata con linguaggio semplice e esempi concreti: «L'alfabeto di ieri, di cento e mille anni fa cominciava con la lettera "a". L'@lfbabeto del 2000 comincia con un disegno a forma di chiocciolina: @, che si pronuncia at. Serve ad indicare l'indirizzo al quale deve essere spedita una e-mail". E finisce con la "z" di Zip: "Per evitare di occupare stabilmente molto spazio dei dischi con file troppo lunghi, ci sono programmi che li comprimono, li restringono, facendoli diventare molto più piccoli quando non vengono utilizzati. Il più famoso di questi programmi è Winzip, da cui l'uso ormai generale della parola "zippare" per indicare questa operazione di compressione dei file».

## Parliamone di Gustavo Ghidini

### Il necessario come lusso. Ovvero, del declino sociale

**S**olo un decennio fa, alla domanda «Cosa è il lusso?» sarebbero seguite, sì, risposte diverse, ma nella grande maggioranza incentrate sul concetto di superfluo/ludico/edonistico etc. Ben pochi avrebbero citato beni e servizi essenziali per una vita dignitosa. È ancora così? Me lo chiedo sempre più spesso, avendo sotto gli occhi continue dimostrazioni di come quei beni e servizi stanno diventando oggetto di privilegio. Pensiamo - soprattutto rispetto ai centri urbani - alle funzioni fondamentali dell'esistenza.



**A come Abitare:** un monolocale in semi-periferia non costa meno di 500 euro di affitto, più le spese. Le solite «zie» si lamentano che i giovani «non escono più di casa», «non fanno più figli» e via cianciando.

**C come Curarsi:** paghi e hai subito l'esame e la visita; vai con la «mutua» ed entri in una lista di attesa anche di mesi. Qui, a dire il vero, ci sono forti differenze fra Regione e Regione. Ma vi pare civile? Se mi ammalo in Calabria ho meno chances di curarmi che non in Emilia Romagna? E che dire delle fortissime differenze di prezzo - ripetutamente segnalate dal Movimento Consumatori - fra gli stessi farmaci venduti in Italia e in Francia?

**N come Nutrirsi:** chiedete alle famiglie che si reggono su uno stipendio di 1.200 euro o a pensionati a poco più di 500 euro come fanno mettere assieme, arrivando a fine mese, il pranzo con la cena...

**S come Studiare,** specie all'università: provare a chiedere alle famiglie di modesto reddito che hanno figli studenti «fuorisede» cosa costa trovargli un monolocale e pagargli i pasti. Dov'è la realizzazione del principio costituzionale (art. 34.3) che garantisce ai «capaci e meritevoli, anche se privi di mezzi», il «diritto di raggiungere i gradi più alti degli studi»?

Bastano questi pochi esempi per dimostrare l'effettivo progressivo degrado della condizione economico-sociale dei cittadini di modesto reddito, la netta maggioranza del Paese - pardon, del paese.

**Due indicazioni** per chi, a vario titolo, è civilmente impegnato, e dunque anche per l'associazionismo serio a protezione di consumatori e utenti. 1) Concentrare l'attenzione e le «battaglie» sui grandi temi del welfare. Tutto è importante, certo, anche i taxi e i barbieri. Ma per favore, distinguiamo le pagliuzze dalle travi e agiamo di conseguenza, senza disperdere le (non abbondanti) forze e risorse. 2) La «concorrenza» è ottima cosa, va promossa e difesa, ma non basta.

**Occorre affiancarle** una regolazione non soffocante né sostitutiva del mercato: ma che vigili e corregga le deviazioni, le carenze, gli abusi, che un mercato non regolato tende a produrre. Non mi fido della «mano invisibile»: si vede bene che troppo spesso si infila di soppiatto nella tasca dei cittadini.



Imageconomica

## QUI EUROPA

# Ecco perché anche la Ue punta alla class action

Parla il commissario ai diritti dei consumatori, Meglena Kuneva: «Uno strumento in più per accrescere la fiducia dei cittadini del mercato unico»

di **Silvano Rubino**

**È** stata varata il 13 marzo dalla Commissione europea la Strategia politica per i consumatori per il 2007-2013. Al suo interno si parla anche di class action. Ne parliamo con la diretta interessata, il commissario alla Tutela dei consumatori, Meglena Kuneva.

**Consumers' Magazine:** Quali forme di risarcimento collettivo sono previste?

**Meglena Kuneva:** La Strategia per i consumatori mostra che la Commissione prenderà in considerazione i meccanismi dell'azione legale per il risarcimento collettivo per i consumatori sia nel caso di violazioni di regole a loro tutela sia per violazioni della normativa anti trust europea.

**CM:** Con quali obiettivi?

**Kuneva:** La nuova Strategia per la tutela dei consumatori mira ad accrescere la fiducia nel mercato unico così che i consumatori possano sentirsi liberi di fare acquisti oltre frontiera per ottenere il prezzo migliore, la migliore qualità e il prodotto che meglio soddisfi le loro necessità. I consumatori non potranno godere dei benefici del mercato unico a meno che non ci siano sistemi forti ed efficaci in grado di risolvere i problemi relativi a beni e servizi quando le cose vanno male.

**CM:** Perché c'è bisogno di questo strumento?

**Kuneva:** Oggi non ci sono norme a livello Ue sui risarcimenti collettivi. Il motivo per cui stiamo ora considerando azioni di risarcimento collettivo è che frequentemente abbiamo notizia di problemi di consumatori europei che hanno reclami piccoli o isolati ma si astengono dal portare avanti un'azione legale individuale perché è probabile che il costo sia superiore al valore del danno rivendicato. Per esempio, se lei pagasse 50 euro ad un fornitore di un servizio, ma tale servizio non venisse erogato, gli farebbe causa per 50 euro? Il risarcimento collettivo sa-

rebbe un modo per affrontare questo problema.

**CM:** Com'è la situazione a livello di legislazione nei vari Paesi membri?

**Kuneva:** Un certo numero di Stati membri hanno alcune forme di meccanismi di Collective Redress. I diversi sistemi includono: class actions (portate avanti da una persona a nome di una categoria di persone), group actions (un gruppo di persone esattamente definite presentano un'azione legale per rafforzare, presentandoli insieme, i loro reclami individuali, in un'unica procedura), representative actions (presentate da un'organizzazione, un'autorità pubblica o un individuo a nome di un gruppo di individui che in ogni caso non si costituiscono parte nel processo), test cases (un caso portato avanti da una o più persone porta ad un giudizio che costituisce la base per altri casi portati avanti da persone con gli stessi interessi contro lo stesso imputato).

**CM:** Su quale modello si sta orientando la Commissione?

**Kuneva:** In questa fase la Commissione non sta avanzando nessuna proposta in merito, ma la nostra intenzione è dare uno sguardo approfondito alle questioni coinvolte. Quindi, lanceremo un'indagine sulla collective redress per fine marzo 2007, i cui risultati sono previsti per metà 2008. Valuteremo i risultati e le informazioni relative all'indagine fornite dagli stakeholders prima di decidere se e che tipo di iniziativa lanciare a livello europeo. Inoltre, nel novembre 2007 la collective redress sarà discussa durante una conferenza di primaria importanza organizzata dalla presidenza portoghese. Per la fine del 2007 la Commissione pubblicherà un White Paper sulle azioni legali per danni privati derivanti dalle violazioni delle regole anti trust europee, inclusa la riflessione su come la collective redress per violazioni della normativa sulla concorrenza possa essere affrontata nel contesto di un'iniziativa più ampia.

*ha collaborato Valentina Cicinelli*



chi è

### Da Sofia a Bruxelles

Meglena Kuneva, già ministro delle Politiche comunitarie in Bulgaria, è commissario europeo per la Tutela dei consumatori dal primo gennaio 2007, in concomitanza con l'adesione della Bulgaria alla Ue. Laureata in legge all'università di Sofia, è uno dei fondatori del Movimento nazionale.



# Consumers' notizie

## EDUCAZIONE

### Consumatori in erba L'Antitrust parla a fumetti

Illustrare ai bambini i benefici della libera concorrenza ma anche le trappole nascoste nella pubblicità. È lo scopo del progetto dell'Antitrust *Consumatori in erba*, rivolto agli alunni delle quinte elementari, ai nastri di partenza. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, senza alcun onere per le scuole coinvolte, mette a disposizione i suoi funzionari per illustrare, attraverso un linguaggio semplice e diretto, questi temi ai bambini. Per rendere più accessibili agli alunni i concetti legati alla concorrenza e alle insidie della pubblicità sono stati predisposti due fumetti. Le favole contenute all'interno dei fumetti hanno un finale aperto in modo da stimolare i ragazzi a proporre possibili conclusioni attraverso disegni che sa-

ranno valutati da una commissione. Gli autori dei disegni che dimostreranno di aver meglio recepito i concetti esposti, saranno premiati. Negli incontri con le scuole verrà distribuita ai docenti e alle famiglie anche la pubblicazione divulgativa *Antitrust a portata di mano*. Al termine di ogni sessione - informa l'Antitrust - verrà sottoposto un breve questionario ai docenti da cui trarre indicazioni per lo sviluppo di ulteriori iniziative nel solco di quella descritta. Inoltre, sul sito internet sono disponibili i fumetti e la scheda di partecipazione al progetto da inviare all'Autorità, anche tramite una casella di posta elettronica appositamente predisposta.

[www.agm.it-consumatoriinerba@agcm.it](http://www.agm.it-consumatoriinerba@agcm.it)

### Al via il Tavolo anti contraffazione

Si è tenuta il 29 marzo scorso la prima riunione del Tavolo permanente degli imprenditori, dei lavoratori e dei consumatori, istituito e convocato dall'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione, Giovanni Kessler. Lo scopo è quello di coinvolgere le tre categorie nell'elaborazione delle strategie di contrasto ad un fenomeno che rappresenta il 7% del commercio mondiale.

[www.sviluppoeconomico.gov.it](http://www.sviluppoeconomico.gov.it)

### Farmaci, via libera ai generici del Finasteride

Il gruppo Merck dovrà concedere licenze gratuite per rendere possibile, anche in Italia, la produzione e vendita del principio attivo Finasteride e dei relativi farmaci generici (tra i principali per la cura dell'ipertrofia prostatica), in

anticipo di due anni rispetto alla scadenza (2009) del brevetto. Lo ha deciso l'Antitrust spiegando di aver accettato e reso obbligatorio l'impegno presentato dalla multinazionale, chiudendo così, senza sanzione, il procedimento avviato per abuso di posizione dominante. Soddisfatto il Movimento Consumatori, uno dei promotori dell'azione. L'impegno della multinazionale «favorirà le aziende che potranno da questo momento in poi produrre questo farmaco per venderlo nei Paesi dove è già scaduto il brevetto. Inoltre, quando scadrà in Italia, il farmaco generico sarà già pronto».

[www.agcm.it](http://www.agcm.it)

### I trucioli nel vino? No grazie...

Il via libera all'utilizzo dei trucioli di legno per invecchiare il vino spaventa i consumatori: secondo un sondaggio condotto da Coldiretti, ben l'88% dei

rispondenti non acquisterebbe un vino se sapesse che è stato invecchiato con i trucioli. Il decreto del ministero delle Politiche agricole del 2 novembre 2006 ha autorizzato la pratica enologica (dopo il via libera della Ue), escludendo solo i vini e Doc e Docg, che rappresentano meno di un terzo del mercato. Ambientalisti e consumatori hanno presentato ricorso al Tar contro il decreto.

[www.coldiretti.it](http://www.coldiretti.it)

### Ue, tolleranza zero per gli ogm nel biologico

Niente ogm nei prodotti biologici. Dopo un'accesa battaglia il Parlamento europeo ha approvato un emendamento che stabilisce per gli alimenti da agricoltura biologica che la rilevabilità della contaminazione da ogm deve essere al di sotto dello 0,1% (e non elevata allo 0,9% come per gli alimenti tradizionali).

[www.aiab.it](http://www.aiab.it)

## + dalle sezioni

### Veneto, la newsletter dei consumatori

Dai consumi alla salute, fino all'alimentazione. La nuova newsletter *Informacittadini* aggiorna i consumatori veneti sulle più importanti tematiche consumeriste. Appuntamenti, sentenze, indagini, le notizie partono dalle segnalazioni e dai problemi che ogni giorno i cittadini denunciano allo Sportello del Consumatore e direttamente al personale del Movimento Consumatori. *Informacittadini* esce ogni lunedì in formato elettronico e a fine mese in formato cartaceo con le notizie più significative.

[veneto@movimentoconsumatori.it](mailto:veneto@movimentoconsumatori.it)

### Campania, l'informazione va in pullman

Un pullman per l'informazione ai consumatori. Movimento Consumatori Comitato Provinciale di Napoli sta portando avanti un progetto per promuovere e realizzare un intervento su tre principali tematiche: Orientamento al consumo consapevole; Orientamento al consumo e sanità; Rilevamento delle anomalie di mercato. Un'attività fondamentale è costituita dall'unità mobile itinerante. Localizzato in punti strategici della città e della Provincia di Napoli, il pullman svolgerà attività di "antenna" per i disagi dei consumatori, recependo le esigenze del territorio e portando informazioni e tutela.

[napoli@movimentoconsumatori.it](mailto:napoli@movimentoconsumatori.it)

### Emilia Romagna, occhio alla garanzia

Garanzia, questa sconosciuta. Il Movimento consumatori Emilia Romagna, insieme ad altre 5 associazioni (Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Difesa del cittadino e Unione nazionale consumatori) sta conducendo un importante progetto sulla garanzia nella vendita di beni di consumo. Il progetto prevede la diffusione, sul territorio regionale, di due strumenti divulgativi: un pieghevole sintetico e una guida. È prevista una serie di incontri nelle scuole.

[modena@movimentoconsumatori.it](mailto:modena@movimentoconsumatori.it)

## tra le righe

di Lorenzo Miozzi

### Le scelte del branco e quelle del bene

#### Consumatori, una razza sociale

L'uomo dei consumi. Una figura dalle mille facce, che Bauman è capace di spiegare con estrema naturalezza, per mostrarci significati difficili da cogliere proprio perché così quotidiani ed evidenti. Penetrante Bauman, che identifica la società dei consumi con uno sciame inquieto privo di leader e gerarchie, mai contento, mai soddisfatto, perché sul bisogno di "avere" non deve mai apparire la parola fine. Tutti aspirano a far parte del branco, perché consumare, secondo l'autore, vuol dire appartenere al gruppo. Non essere esclusi. E qui, a questo punto, si apre il sipario su chi sono questi esclusi: i poveri, coloro che non possono acquistare e che per questo sono colpevoli, responsabili della cosiddetta "stagnazione economica". Ma come uscire da questa visione di una società "automa"? Con la moralità del proprio agire - spiega Bauman - con la libertà di esprimere un punto di vista diverso. Una forza che ha in dotazione ogni uomo e che ognuno decide di utilizzare con la potenza che vuole.



Zygmunt Bauman  
*Homo consumens. Lo sciame inquieto dei consumatori e la miseria degli esclusi*  
Edizioni Erickson,  
101 pagine - 10 euro

#### Italiani, un popolo che sa scegliere

Un'indagine sul consumo responsabile, ma non solo. Il volume di Massimo Lori e Federica Volpi traccia il profilo di una società, quella italiana, in cui scegliere bene è ormai una realtà radicata. L'analisi dei due autori si basa sui risultati di una ricerca del 2005 commissionata dalla Fondazione Cariplo. L'indagine ha racchiuso due fasi: nella prima è stato preso un campione di mille persone stratificato secondo variabili anagrafiche e sociali: età, sesso, luogo di appartenenza, etc.; nella seconda si è analizzato un campione "esperto", fatto di 33 soggetti attivi nel campo del consumo responsabile. Il quadro che ne emerge è quello di una società che sa cosa e come scegliere, sempre più attenta alla qualità, alla sostenibilità nell'acquisto. Saper guardare non solo alla facciata del consumo, ma anche a tutto quello che sta dietro sembra una conquista sempre più consolidata. Scegliere il bene sta diventando, quindi, nel nostro Paese una concreta e quotidiana realtà.



Massimo Lori e Federica Volpi  
*Scegliere il bene. Indagine sul consumo responsabile*  
Franco Angeli Editore  
208 pagine - 18,50 euro

# Consumers' campagne



VIVI ITALIANO, CRESCI EUROPEO

## L'Europa ci fa bene, anche se spesso non lo sappiamo...

È partita il 15 marzo, in coincidenza con la Giornata europea del consumatore, la campagna di comunicazione per i 50 anni del Trattato di Roma, promossa dal Dipartimento per le Politiche comunitarie e che vede, tra i suoi aderenti, anche il Movimento Consumatori.

«Con *Vivi italiano, Cresci europeo*», ha detto il ministro per le Politiche europee, **Emma Bonino** durante la conferenza stampa di presentazione della campagna, «intendiamo valorizzare l'importanza per il nostro Paese di essere in Europa e sensibilizzare i cittadini sui vantaggi e i benefici derivanti dall'appartenenza all'Ue». I 50 anni rappresentano un'occasione di celebrazione perché l'Europa mai in passato aveva conosciuto un'analoga fase storica fatta di pace, democrazia e rispetto dei diritti umani. «Ma parlare di Europa», ha sottolineato il ministro, «vuol dire ricordare una moneta forte, un mercato unico, più opportunità di studio e di ricerca, più tutela nei prodotti e nei servizi».

Si tratta di risultati concreti che hanno cambiato la vita quotidiana di tutti. E la campagna ha un obiettivo preciso: arrivare ad una Europa dei risultati che corre verso il futuro e aiuta i cittadini a diventare consumatori più consapevoli.

La necessità di promuovere un'informazione diffusa al grande pubblico trova una sua ragione anche dai più recen-

### Nel dettaglio

#### I soggetti in campo

##### Chi la promuove

Presidenza del Consiglio dei ministri - Dipartimento per il Coordinamento delle politiche comunitarie, Protezione civile

##### Chi collabora

Parlamento europeo, Commissione europea, ministero della Pubblica istruzione, ministero dell'Università e della ricerca, ministero per le Politiche giovanili e le attività sportive, ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, ministero della Salute, ministero dell'Ambiente, ministero dell'Economia e delle finanze, ministero dello Sviluppo economico, ministero dei Trasporti

##### Per saperne di più

[www.politichecomunitarie.it](http://www.politichecomunitarie.it)  
[www.vivieuropa.it](http://www.vivieuropa.it)  
[http://europa.eu/50/index\\_it.htm](http://europa.eu/50/index_it.htm)  
[www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it)

ti sondaggi di Eurobarometro (autunno 2006). Il 56% degli italiani associa all'Ue un'immagine positiva, ma il dato è in calo rispetto alla primavera dello scorso anno (68%). Inoltre, la percentuale di intervistati che ritengono che l'Italia abbia tratto benefici dalla sua appartenenza all'Unione europea è scesa per la prima volta sotto il 50%, attestandosi al 47%. E si ferma al 48% anche la percentuale degli italiani che nutre fiducia nell'Ue. Questi dati, secondo il ministro Bonino, rendono quanto mai urgente e improrogabile un nuovo e più forte impegno per risvegliare la coscienza dell'importanza di essere europei e per far comprendere come l'Europa sia un valore aggiunto per tutti.

La campagna di comunicazione è sia istituzionale sia multitematica (trasporti, alimentazione, istruzione, ambiente, acquisti, consumi, salute, risparmio) e valorizza i risultati raggiunti in ciascun settore individuato. Per garantire la diffusione più ampia possibile dei messaggi ai cittadini, la campagna ha coinvolto amministrazioni e partner: istituzioni, aziende, associazioni di categoria e associazioni dei consumatori, come il Movimento Consumatori, che nel corso dell'anno promuoveranno diverse azioni di comunicazione integrata.

(A.C.)

## MC E CAPITALIA

### Con *Progetto Dialogo*, lo sportello bancario scioglie i dubbi dei consumatori

Il Movimento Consumatori, insieme ad alcune tra le maggiori associazioni del Consiglio nazionale Consumatori Utenti, sta collaborando, da ottobre 2005, con il gruppo bancario Capitalia per offrire a clienti e non clienti delle 400 filiali Cambia Tutto (Banca di Roma, Banco di Sicilia, Bipop Carire) assistenza gratuita per affrontare e risolvere problemi di vita quotidiana.

*Progetto Dialogo*, questo il nome dell'iniziativa, prevede la presenza del Movimento Consumatori in 30 filiali, il martedì e il giovedì (negli orari di apertura della filiale) con un desk consumatori di orientamento e informazione sulle principali tematiche consumeriste: assicurazioni, casa, commercio e garanzie, pubblica amministrazione, sicurezza alimentare, trasporti, turismo.

Nel primo anno di attività del *Progetto Dialogo* sono arrivate agli operatori delle associazioni di consumatori oltre 21 mila richieste di orientamento e assistenza. Dai dati raccolti emerge il profilo di un consumatore "disorientato" con una domanda emergente su quattro fattori prevalenti: informazione, qualità, sicurezza, servizi negoziabili. Il consumatore, da una parte, vuole essere sempre più consapevo-

le dei propri consumi, dall'altra si definisce sempre più come un "soggetto negoziale": il "consumo diviene un contratto" e le domande riguardano il rispetto degli accordi contrattuali, l'informazione sul contratto, la tutela e il risarcimento.

Il consumatore si pone pertanto il problema della trasparenza domandando soprattutto garanzie, tutela legale e risarcimento rispetto all'inadeguatezza del prodotto e del servizio. Circa la metà delle 21 mila domande ha a che fare con un'esigenza informativa ed oltre un terzo si relaziona con l'informazione legata alla tutela della qualità e dei diritti del consumatore. Tra le tematiche oggetto di maggiore interesse da parte degli utenti spiccano quelle legate alla casa che, con oltre il 42%, si conferma argomento che catalizza maggiormente l'attenzione del consumatore. Seguono i quesiti in materia di commercio e garanzie, sul rapporto con la pubblica amministrazione e sul mondo delle assicurazioni.

Francesca Lulli

[www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it), [www.cambiatutto.it](http://www.cambiatutto.it)  
Numero verde: 800.066636

## + per approfondire

### Comunicazione a 360 gradi

#### Gli strumenti

Newsletter, house organ, cartellonistica, pubblicità su autobus, diffusione dei folder negli aeroporti, autostrade, ipermercati, fiere, università: l'obiettivo è arrivare, con un effetto moltiplicatore, a quanti più cittadini possibile, e in ogni luogo dove si svolge la quotidianità.

Il *Piano Media* è stato ideato con il coinvolgimento del Dipartimento per l'Informazione e l'editoria e interesserà i principali quotidiani nazionali, i periodici e i circuiti radiofonici.

In contemporanea al lancio della campagna, il Dipartimento promuove anche un nuovo sito internet - [www.vivieuropa.it](http://www.vivieuropa.it) - che consentirà al cittadino di avere facile accesso a informazioni utili, contatti, programmi tematici, progetti in corso e finanziamenti. Il sito, strutturato in quattro grandi aree tematiche (Essere cittadini europei, Studiare, Lavorare e fare impresa, Viaggiare) è concepito come un portale verso le sezioni e le pagine europee dei siti delle pubbliche amministrazioni.

#### I temi

**EDUCAZIONE.** Istruzione, formazione e lavoro. Scambi interculturali, formazione permanente, soggiorni all'estero per studenti e docenti, apprendimento delle lingue.

**ALIMENTAZIONE.** Sicurezza e qualità dei prodotti agroalimentari. Maggiori controlli, la tracciabilità per risalire all'origine del prodotto e marchi che valorizzano le specialità per le quali il nostro Paese è famoso in tutto il mondo.

**AMBIENTE.** Sviluppo sostenibile e attenzione all'ambiente. L'impegno a ridurre le emissioni di gas secondo il protocollo di Kyoto, l'utilizzo delle fonti energetiche rinnovabili e la compatibilità tra sviluppo sostenibile ed economia in crescita.

**ECONOMIA.** Maggiore stabilità e sicurezza economica. Un unico mercato con un'unica moneta, meno inflazione, meno spese bancarie, più competitività nei servizi finanziari, più trasparenza e scelta negli investimenti.

**ACQUISTI.** Garanzie, sicurezza e tutela dei consumatori. Ci sono garanzie che tutelano i prodotti prima e dopo l'acquisto, più informazione, più scelta e più concorrenza nei prezzi.

**SALUTE.** Impegno per la salute e la ricerca scientifica. C'è più impegno nella ricerca, nell'assistenza e nell'informazione e c'è la garanzia di essere curati in qualsiasi Stato dell'Unione alle stesse condizioni dei residenti.

**TRASPORTI.** Libera circolazione di persone e merci. Sono state abolite le frontiere, rafforzati i controlli verso i Paesi terzi, adottate norme di sicurezza e migliorate le infrastrutture nel rispetto dell'ambiente.

**SERVIZI.** Liberalizzazione e qualità dei servizi. Dalla telefonia a internet, all'elettricità, ai servizi postali. L'Unione Europea si impegna a renderli più competitivi, ad abbassare le tariffe, a offrire più qualità ed efficienza attraverso la liberalizzazione dei mercati.

[www.vivieuropa.it](http://www.vivieuropa.it)



# Consumers' insieme



## MOVIMENTO CONSUMATORI

### Insieme per una società responsabile

Il Movimento Consumatori è un'associazione autonoma ed indipendente senza fini di lucro, nata nel 1985 per iniziativa di un gruppo di cittadini e di esperti, sollecitato dall'esigenza di tutelare i diritti dei consumatori.

Tutti i cittadini sono soprattutto consumatori.  
Tutti i consumatori hanno diritti.

Il Movimento si propone di offrire ai cittadini migliori condizioni di consumo, cercando di influenzare le controparti istituzionali e private affinché forniscano servizi e prodotti adatti alle esigenze degli utenti.

Il Movimento Consumatori aiuta, segue e consiglia i propri soci con servizi di consulenza specializzati, li rappresenta presso organismi pubblici e privati, erogatori di servizi e fornitori di beni, e li sollecita a prendere coscienza dei propri diritti e delle proprie responsabilità.

#### I perché di una scelta

Elemento distintivo dell'associazione è l'attenzione nei confronti dei problemi pratici che il consumatore si trova a dover affrontare nella vita quotidiana.

Questa attenzione si traduce nell'attività delle circa cinquanta sedi locali MC, distribuite su tutto il territorio nazionale, che erogano sia un servizio di informazione e orientamento sui diritti dei cittadini consumatori, sia un servizio di consulenza e tutela legale ex-post, attività centrale della nostra associazione. Il Movimento Consumatori mette inoltre a disposizione dei cittadini una procedura di conciliazione (procedura di risoluzione stragiudiziale) per le seguenti realtà: Telecom, Tim, Wind, H3g, Ania, Enel, Banca Intesa, Banco Posta e Poste Italiane, Capitalia.

Questa attenzione si traduce anche nell'attività istituzionale del Movimento Consumatori, ovvero nel dialogo costante

con tutte le controparti, istituzioni, aziende, associazioni di categoria, media, per indirizzare preventivamente le decisioni in favore di una maggiore tutela del cittadino-consumatore e per realizzare insieme a queste realtà iniziative di educazione a un corretto e consapevole stile di consumo.

MC lavora anche insieme ai cittadini-consumatori: infatti, sin dalla nascita, MC ha ritenuto prioritario impegnarsi in azioni che contribuissero alla presa di coscienza non solo dei diritti, ma anche delle responsabilità individuali da parte dei cittadini. Ecco perché MC collabora, sostiene ed è socio di tante realtà impegnate trasversalmente su temi fondamentali come la tutela dei minori, l'ambiente, la promozione della cultura e della solidarietà, il consumo critico e il commercio equo-solidale, per citarne alcuni.

#### Settori di attività

Il Movimento Consumatori in specifico opera nei seguenti settori:

**Sicurezza alimentare; Ambiente ed energia; Assicurazioni; Casa e condominio; Commercio; Comunicazioni; Concorrenza e liberalizzazione; Banche, credito e risparmio; Farmaci e salute; Giustizia; Diritti dei cittadini migranti; Minori; Prezzi e tariffe; Pubblica amministrazione; Pubblicità ingannevole; Responsabilità sociale; Trasporti e turismo.**

MC si è anche battuto per la riduzione del prezzo del latte in polvere per neonati. Numerose famiglie risparmiano sui prodotti per neonati grazie ai Gruppi d'acquisto MC.

Grazie all'attività degli osservatori Farmaci & Salute, Credito & Risparmio e Pubblicità ingannevole, MC ha promosso negli anni importanti campagne di informazione e educazione a favore dei consumatori, tutelato migliaia di cittadini risparmiatori, vagliato centinaia di pubblicità verificandone la fondatezza e la non ingannevolezza.

Info: [www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it)

## diventa socio

Il Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnatigli dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative.

La forza del Movimento Consumatori dipende anche da te: se vuoi dare valore ai tuoi diritti, diventa socio Mc.

Puoi diventare:

- Socio sostenitore versando una quota di **euro 10,00** (avrà diritto a ricevere per un anno la rivista *Consumers' Magazine*, il mensile dei consumatori).
- Socio ordinario versando una quota di **euro 30,00** (avrà diritto ad una consulenza legale presso la sede Mc più vicina e riceverai per un anno la rivista *Consumers' Magazine*, il mensile dei consumatori).

Puoi versare la quota associativa tramite bollettino postale o bonifico bancario sul conto corrente postale numero **66700709**, ABI 07601, CAB 03200 intestato a

**MOVIMENTO CONSUMATORI**  
sede nazionale  
VIA PIEMONTE 39/A - 00187 ROMA

Riceverai la tessera associativa e il primo numero di *Consumers' Magazine* appena ricevuta copia dell'avvenuto versamento. Per ulteriori informazioni visita il sito [www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it) o contattaci all'indirizzo [info@movimentoconsumatori.it](mailto:info@movimentoconsumatori.it) o al numero di telefono **06.4880053**

## newsletter

Iscriviti alla Newsletter elettronica del Movimento Consumatori *MC Notizie*. Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e iniziative del Movimento Consumatori, le ultime news sui consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra associazione. Per iscriverti: [www.movimentoconsumatori.it/mcnews.php](http://www.movimentoconsumatori.it/mcnews.php). Iscrizione semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.



## + contatti

### Sezioni e sportelli Ecco la rete territoriale

Il Movimento Consumatori conta circa 50 tra sezioni e sportelli, operanti in tutta Italia. Per usufruire del servizio di consulenza legale, cercate la sede locale del Movimento Consumatori a voi più vicina.

Gli indirizzi delle sedi si trovano sul sito nazionale [www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it)

#### CAMPANIA

Avellino, Tel. 0825/22626  
Benevento, Tel. 0824/944500  
Caserta, Tel. 0823/444081-220742  
Napoli, Tel. 081/5541452  
Salerno, Tel. 089/2580829

#### EMILIA ROMAGNA

Bologna, Tel. 051/271335  
Modena, Tel. 059/343756  
Parma, Tel. 0521/289951

#### LAZIO

Roma, Tel. 06/39735013  
Latina, Tel. 0773/903961  
Tivoli (RM), Tel. 0774/334270

#### LIGURIA

Genova, Tel. 010/588588  
La Spezia, Tel. 0187/501056  
Sanremo (IM), Tel. 0184/597675

#### LOMBARDIA

Brescia, Tel. 030/2427872  
Lecco, Tel. 0341/365555  
Milano, 02/80583136  
Pavia, 0382/22772  
Varese, 0332/810569

#### MOLISE

Campobasso, Tel. 0874/411086

#### PIEMONTE

Cuneo, Tel. 0171/602221  
Torino, 011/5069546

#### PUGLIA

Andria, Tel. 0883/591030  
Bari, Tel. 080/5227965  
Galatina (LE), Tel. 0836/633411  
Lecce, Tel. 0832/1835339  
Molfetta (BA), Tel. 080/3354776  
Noci (BA), Tel. 080/4978650  
Ostuni (BR), Tel. 0831/305991

#### SICILIA

Biancavilla (CT), Tel. 338/6322345  
Catania, Tel. 095/7128729  
Messina, Tel. 090/2924994  
Palermo, Tel. 091/6373538  
Paternò (CT), Tel. 095/858449

#### TOSCANA

Cecina (LI), Tel. 0586/754504  
Firenze, Tel. 055/243409  
Firenze Nord, Tel. 055/4250239  
Livorno, Tel. 0586/892984  
Prato, Tel. 0574/635298-546130  
Pontedera-Valdera (PI), Tel. 0587/57467  
Versilia (LU), Tel. 0584/31811

#### UMBRIA

Perugia, 075/5731074

#### VENETO

Padova, Tel. 049/8071318  
Treviso, Tel. 0422/545000  
Venezia-Mestre, Tel. 041/5318393  
Verona, Tel. 045/595210  
Vicenza, Tel. 0444/326046

Se sei interessato ad aprire una sede nella tua città scrivi all'indirizzo

[affiliazione@movimentoconsumatori.it](mailto:affiliazione@movimentoconsumatori.it)

**Consumers'**  
magazine

Supplemento al numero di Vita di questa settimana  
Reg. al Tribunale di Milano n. 397 dell'8 Luglio 1994

Direttore responsabile: Giuseppe Frangi  
Direttore editoriale: Riccardo Bonacina

Inserito a cura di: Angela Carta e Piero Pacchioli  
Coordinamento redazionale: Silvano Rubino  
Hanno collaborato: Daniela Romanello, Claudio Madella,  
Christian Benna, Francesca Lulli, Rossella Miracapillo,  
Alessandro Mostaccio

Progetto grafico: Antonio Mola

Stampa: CSQ - Centro Stampa Quotidiani  
via dell'Industria, 52 - 25030 Erbusco (Bs)



# Vivi Italiano Cresci Europeo

L'UNIONE EUROPEA CELEBRA 50 ANNI.

DI PACE, DEMOCRAZIA E RISPETTO DEI DIRITTI.

Dalla nascita della Comunità economica europea, il 25 marzo 1957, l'Europa è cresciuta ed è diventata Unione europea. 27 Stati che mantengono la propria identità condividendo valori comuni: libertà, democrazia, uguaglianza, rispetto dei diritti umani. Una realtà che ha creato una moneta forte, un mercato unico, più opportunità di studio e di ricerca, più tutela nei prodotti e nei servizi. Queste le importanti tappe di un processo di integrazione che si può consolidare grazie all'impegno comune. Ecco come l'Unione europea corre verso il futuro e ci sostiene per diventare cittadini consumatori più consapevoli.



Europa. Valore aggiunto.

[www.politicheeuropee.it](http://www.politicheeuropee.it)

50° Anniversario del Trattato di Roma



in collaborazione con:



con l'adesione di:

