

Credito

Mutui, addio alla penale
E niente salassi sul passato
Pag. 5

Salute

Farmaci generici: perché
sono ancora poco diffusi?
Pag. 6

Minori

Giocattoli, allarme
Ue sulla contraffazione
Pag. 7

Le rubriche

Notizie, campagne,
informazioni utili
Pag. 9-11

Consumers'

il mensile dei consumatori

magazine

giugno 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

FERROVIE

VIAGGIATORI IN CERCA DI DIRITTI

Qualità e puntualità, gli eterni
mali dei nostri treni

E i cittadini, come possono far
finalmente sentire la loro voce?

In pochi anni sono diventati centinaia, distribuiti su tutto il territorio nazionale. I comitati dei pendolari sono una spia del malessere sempre più diffuso tra gli utenti delle Ferrovie. Un malessere a cui fa da riscontro l'aumento delle sanzioni comminate dalle Regioni nei confronti di Trenitalia per le violazioni del contratto di servizio. Multe milionarie, a fronte di disservizi, ritardi, soppressioni di treni. Disagi subiti quotidianamente dai viaggiatori (che per la grandissima maggioranza percorrono le tratte regionali, sono quindi pendolari), che spesso si sentono impotenti e privi di informazioni. Proprio per rimettere al centro il cittadino, il Movimento Consumatori ha varato la campagna *Diritti sui binari*. Gli strumenti? Un filo diretto tramite numero verde e sito internet, monitoraggio dei treni, coinvolgimento di comitati e associazioni.

dossier da **pagina 2 a pagina 4**



Grazia Neri

una buona notizia...

Acqua, moratoria sulle privatizzazioni

Acqua bene comune. Un punto a favore. Un emendamento al disegno di legge Bersani prevede che, fino all'approvazione di una nuova normativa sulla gestione del servizio idrico integrato, siano sospesi tutti gli affidamenti a soggetti privati, compresi quelli attualmente in corso. Una moratoria sul fronte della tanto temuta privatizzazione dell'acqua. Ci voleva. Brindiamo con un bicchiere d'acqua del rubinetto.

...e una cattiva

Benzina, scioperi e aumenti

Benzina ancora sul piede di guerra contro il decreto Bersani: le pompe sono rimaste chiuse per 48 ore. Protestano contro l'apertura alla grande distribuzione dei carburanti, già attuata in tutta Europa, con risparmi sugli 8-9 centesimi al litro. Risparmi che gli automobilisti vedono come un miraggio, visto che da noi i carburanti sono sempre più cari, tanto da spingere il governo a pensare di introdurre l'accise mobile. Speriamo serva.



L'intervista
**Alessandro
Ortis**
a pagina 8

* editoriale

Politica, tu mi costi ma...

di **Lorenzo Miozzi***

7.500 euro che i consiglieri regionali del Veneto si sono assegnati come benefit per garantirsi un funerale dignitoso hanno fatto notizia in tutta Italia e spinto più di qualcuno - tralasciando per una volta di correlare spesa pubblica a prelievo fiscale - ad augurarsi che gli eletti possano fruire quanto prima di tale beneficio. Ovviamente non è in questi termini che si affronta il problema, ma l'insofferenza verso questo sistema di privilegi diventa sempre meno digeribile. Sembra pure che si stia affermando in Italia, un filone specializzato dell'editoria libraria, di giornalisti d'inchiesta, di reporter televisivi che, sui costi e gli sprechi della politica, riescono a produrre tanti quei materiali che disegnano un paese apparentemente senza più possibilità di ritorno.

*presidente del Movimento Consumatori

IL GRILLO DEL MESE



Il *Financial Times* e conti della Tav

La Tav ci costerebbe QUARANTASETTE MILIARDI di euro. La Ue ne rimborsa solo una parte con un fondo di otto miliardi. All'Italia ne andrebbe qualche miliardo. Il *Financial Times* scrive che l'Italia i soldi per la Tav non li ha. Che il suo debito pubblico, il 107% del Pil, non consente investimenti. Insomma, usan-

do un linguaggio più tecnico, che siamo con le pezze al culo. Abbiamo le ferrovie più vecchie d'Europa. Perché non le mettiamo a posto? Forse perché non portano soldi ai politici e all'economia assistita? Il costo del solo tunnel in Val di Susa è di 7 miliardi, la Comunità potrebbe rimborsarne fino al 30%. Il resto chi ce lo mette? Beppe Grillo

www.beppegrillo.it

segue a **pagina 4**



TRENI

Diritti sui binari Un sogno impossibile?

Comitati dei pendolari in aumento esponenziale. Multe dalle Regioni sempre più frequenti. Che succede alle Ferrovie? E che ruolo possono avere i consumatori?

di **Monica Multari**

Il trasporto ferroviario in Italia sembra soffrire dei soliti, incurabili problemi di sempre: qualità e puntualità. «Oggi», ha detto il ministro dell'Economia **Tommaso Padoa Schioppa** durante l'audizione del 28 marzo scorso alla IX Commissione della Camera, «c'è un livello di puntualità del 90% sulla media e lunga percorrenza». Analizzando meglio i dati però ci si accorge che questa media, decisamente alta, dipende dalla definizione di puntualità adottata. «Si dice puntuale colui che arriva entro 15 minuti, sebbene personalmente», ha proseguito il ministro, «considero puntuale colui che arriva entro un minuto».

Pioggia di multe

In realtà che la situazione, sul fronte della qualità del servizio, non sia rosea è sottolineato anche dalla crescita, a livello

numerico, dei Comitati pendolari e dall'aumento esponenziale delle maximulte per cattiva gestione fatte dalle Regioni. Le Regioni, infatti, possono sanzionare Trenitalia per violazioni delle norme contenute nei contratti di servizio (vedi box accanto). Le sanzioni sono calcolate in base alle penali che riguardano la puntualità, la soppressione immotivata di convogli e la capienza delle carrozze.

La Regione Veneto, ad esempio, su proposta dell'assessore alle Politiche della mobilità **Renato Chisso**, ha erogato a Trenitalia, una "supermulta" di 2.628.470,52 euro per i disservizi riscontrati nel 2006 relativamente ai ritardi e alle soppressioni di treni. L'azione delle Regioni, che si sta facendo sempre più incisiva, è agevolata dalle segnalazioni dell'utenza e dalle indagini delle associazioni di consumatori e dei comitati dei pendolari che consentono di monitorare la situazione. «Proprio dalla verifica delle proteste dell'utenza, che invito caldamente a informarci di ogni inadempimento, sono state calcolate sanzioni per oltre 204mila euro», ha sostenuto l'assessore Chisso. Ancora: la Regione Emilia Romagna nel 2006 ha erogato una multa di un milione e 200mila euro per l'incompleta o inadeguata esecuzione del contratto di servizio, così come la Regione Piemonte ha garantito ai pendolari un mese di abbonamento gratuito nel 2006 grazie alle sanzioni inflitte a Trenitalia.

L'aspetto fondamentale delle sanzioni in questione riguarda proprio la centralità del consumatore. Sia in fase di segnalazione sia in fase di decisione su come distribuire le sanzioni, infatti, i consumatori hanno un ruolo fondamentale. Come già detto, è dagli utenti che partono le segnalazioni e senza l'attivazione di questa forma di protesta nessuna sanzione potrebbe essere erogata. In secondo luogo, sono sempre i consumatori, attraverso le associazioni di consumatori e i comitati pendolari, a premere sulle autorità per destinare interamente le somme riscosse a risarcire gli utenti delle stesse ferrovie.

Cittadino al centro

Ed è proprio sulla centralità del cittadino che punta il Movimento Consumatori con la sua campagna *Diritti sui binari*. In un mare magnum di ritardi e di disagi subiti quotidianamente da chi viaggia in treno, l'associazione intende diventare un valido sostegno per i cittadini che vogliono far valere le proprie "ragioni" di viaggiatori. Spesso, infatti,

Cos'è il contratto di servizio

A tutela di chi viaggia

Con il dlgs 422 del 97 sono stati trasferiti alle Regioni ed agli enti locali le competenze in materia di trasporto pubblico locale. Si è resa, quindi, necessaria la stipula di contratti di servizio fra la Regione e le società che gestiscono il trasporto ferroviario al fine di disciplinare gli aspetti pratici dell'attività ferroviaria sul territorio. Ma cosa devono indicare i contratti di servizio? In particolare essi devono regolare: le caratteristiche dei servizi offerti ed il programma di esercizio; gli standard qualitativi minimi del servizio, in termini di età, manutenzione, confortevolezza e pulizia dei veicoli, e di regolarità delle corse; la struttura tariffaria adottata; l'importo eventualmente dovuto dall'ente pubblico; le modalità di modificazione del contratto successivamente alla conclusione; le sanzioni in caso di mancata osservanza del contratto. Fondamentali sono le penali, che garantiscano l'applicazione delle previsioni contrattuali. In caso di violazione, le Regioni hanno la possibilità di richiedere risarcimenti che, sempre più spesso, sono trasformati in riduzioni delle tariffe per gli abbonamenti dei pendolari.

chi sceglie le ferrovie per i propri spostamenti, in caso di disservizi non sa a chi rivolgersi per denunciarli o addirittura non sa quali siano i propri diritti e come esercitarli. L'idea della campagna nasce, quindi, dalla necessità di informare, di seguire e di indirizzare in maniera semplice e chiara i consumatori sulla strada di quel che è giusto richiedere e pretendere da chi offre un servizio a pagamento: dalla puntualità all'igiene, dalla refrigerazione e dal riscaldamento alla sicurezza dei convogli. Mere chimere? No, in realtà si tratta semplicemente di una serie di diritti che, nell'atto di acquisto di un biglietto ferroviario, il viaggiatore acquisisce e i fornitori del servizio devono rispettare.

Con *Diritti sui binari*, il Movimento Consumatori intende offrire all'ampia fascia di cittadini che viaggiano in treno strumenti per costruire alternative concrete allo stato attuale in cui il ser-

vizio versa. A questo scopo all'interno della campagna saranno realizzate diverse attività corredate da strumenti legali e di comunicazione. L'obiettivo ultimo è permettere ai consumatori di ricevere un trasporto puntuale e sicuro, prestazioni qualitativamente alte, comfort, sicurezza e assistenza.

L'iniziativa comporta l'attivazione su diversi fronti (vedi box sotto): da un lato è prevista un'azione di sensibilizzazione e di informazione rivolta ai consumatori attraverso la distribuzione di materiale sull'argomento e l'elaborazione di strumenti che permettano ai cittadini di far sentire la propria voce, dall'altra MC si concentrerà sull'approfondimento e sullo studio della normativa di settore per l'individuazione degli strumenti legali opportuni per richiedere il rispetto dei diritti dei viaggiatori, fino alla sensibilizzazione dei media e delle istituzioni competenti.

Parola a MC

Tre proposte a Trenitalia

Sui rimborsi: non è accettabile la disparità di trattamento tra gli utenti di Eurostar e Intercity/Eurocity e quelli dei treni regionali, interregionali o Espressi. Il sistema previsto dalla Carta dei servizi, che riconosce rimborsi automatici solo per gli utenti dei treni più costosi è ingiusto e viola il principio di eguaglianza fra le diverse categorie o fasce di utenti.

Sul metodo: è necessario avviare procedure di riorganizzazione dei servizi e delle linee che mettano al centro l'utente, soprattutto pendolare. È l'utente l'unico soggetto con cui concordare sulla soppressione delle linee, sul prezzo del biglietto e sui servizi.

Sulle priorità: il trasporto di persone che, ogni mattina, preferiscono (o sono costrette a) utilizzare il treno per recarsi al lavoro, è un patrimonio che non può essere dissipato da gestioni miopi del servizio ferroviario. Chi utilizza il treno quotidianamente, evita di utilizzare l'automobile con tutto ciò che ne consegue in termini di traffico, inquinamento, parcheggi... Possiamo, quindi, tranquillamente affermare che incentivare l'utilizzo del treno è un servizio reso nell'interesse di tutta la collettività e non solo degli utenti del servizio ferroviario.

la campagna

Filo diretto per i consumatori

Tra i principali servizi messi a disposizione dal Movimento Consumatori per la campagna *Diritti sui binari* ci sono:

- un filo diretto con l'associazione attraverso il numero verde **800.774.770** (attivo dal martedì al venerdì dalle 9 alle 13)
- l'indirizzo di posta elettronica osservatorio.treni@movimentoconsumatori.it per richiedere una prima consulenza legale
- strumenti di informazione sulla normativa di settore
- un'azione di monitoraggio sui ritardi dei treni
- lo sviluppo di una rete di cittadini attiva e consapevole dei propri diritti attraverso il coinvolgimento dei comitati pendolari, di associazioni e singoli viaggiatori.

On line, sul sito dell'associazione www.movimentoconsumatori.it, nella sezione dedicata all'iniziativa gli utenti possono rispondere ad un sondaggio sulle condizioni del servizio ferroviario, saperne di più grazie ad una serie di Faq selezionate da esperti del settore, trovare un elenco di links utili e tutte le informazioni relative al progetto, al numero verde e ai canali per mettersi in contatto con il Movimento Consumatori per esporre le loro necessità e avere risposta alle loro domande.

IN PRESA DIRETTA

«I miei 500mila chilometri di passione»

Cremona-Milano e ritorno, tra ritardi, carrozze affollate, amicizie che nascono sul treno. Un pendolare racconta...

di Matteo Casoni*

I miei professori delle medie lo dicevano che nella vita avrei fatto molta strada. E ci avevano visto giusto: 500mila chilometri in meno di 15 anni.

Cremona - Milano e ritorno, tutti i giorni per lavorare come informatico in una compagnia di assicurazioni, senza perdere i rapporti che mi legano alla mia terra. Cosa mi può offrire Cremona? Al momento o un (degnissimo) posto nella maggiore industria della città come operaio oppure un impiego nel pubblico. Per ora preferisco continuare il "trambusto" quotidiano che ovviamente comporta una discreta quantità di sacrifici. Da Cremona non c'è molta scelta: all'andata ci sono il treno delle 6.20, quello delle 6.58 e l'ultimo delle 7.34. Al ritorno, le opzioni sono due: o alle 17.20 o alle 18.45. La mia giornata tipo inizia alle 6 con il suono della sveglia, un giro in cucina a fare un poco di colazione mentre si ascoltano i primi notiziari del mattino (o gli ultimi della notte?), qualche previsione del tempo, giusto per capire cosa indossare, e poi di corsa a vestirsi perché, come ogni mattina, sono sempre in ritardo. Qualche volta ho anche la fortuna di poter salutare i miei splendidi bimbi che spesso, buon per loro, riescono a godersi ancora qualche minuto di riposo.

La prima preoccupazione del viaggio è quella di riuscire a trovare un buon posto dove poter parcheggiare la macchina. Da un paio d'anni infatti a Cremona è stato allargato il parcheggio dedicato ai pendolari. Ma non abbastanza. Se si arriva alle 6.50 qualche parcheggio, all'esterno, c'è. Già alle 7.30 (per i fortunati che si concedono il piacere di prendere il treno dopo) è guerra.



Lasciata l'automobile, si corre verso la stazione, con l'occhio lungo sulla situazione del binario. Fortunatamente però, nonostante la mia lentezza quotidiana, raramente riesco a perdere il treno: lui è sempre più in ritardo di me. L'occhio, inevitabilmente, cerca di scrutare la casellina posta vicina alla scritta "Rit" nella speranza di vederla sempre nera ma è una speranza vana: di solito porta il numero 5, a volte il ritardo cresce esponenzialmente.

Arrivato il treno, la corsa per sedersi non è così frenetica. A Cremona il treno è ancora abbastanza vuoto. Il problema sarà a Ponte Adda, e poi a Codogno e a Lodi, dove trovare un posto, anche in piedi, non sarà poi così scontato. Una volta a bordo, con i soliti compagni di viaggio ci apprestiamo ad iniziare la giornata in allegria. Con i lettori mp3 ci si sintonizza su Radio2 per ascoltare la replica della trasmissione di Fiorello e Baldini. Poi ci si dedica alla lettura dei quotidiani, di un libro o a recuperare il sonno perduto.

Arrivato il treno, la corsa per sedersi non è così frenetica. A Cremona il treno è ancora abbastanza vuoto. Il problema sarà a Ponte Adda, e poi a Codogno e a Lodi, dove trovare un posto, anche in piedi, non sarà poi così scontato. Una volta a bordo, con i soliti compagni di viaggio ci apprestiamo ad iniziare la giornata in allegria. Con i lettori mp3 ci si sintonizza su Radio2 per ascoltare la replica della trasmissione di Fiorello e Baldini. Poi ci si dedica alla lettura dei quotidiani, di un libro o a recuperare il sonno perduto.

*coordinatore del Comitato
InOrario Mantova
segue a pagina 4

Fs, Trenitalia, Rfi...

Carta di identità di un gruppo

Dal 1991, per effetto della direttiva comunitaria che ha regolamentato il settore dei trasporti ferroviari nazionali, è stato creato il Gruppo Ferrovie dello Stato che controlla una serie di società per azioni: tra queste le più importanti sono la Rete Ferroviaria italiana spa (RFI) e Trenitalia spa. Una gestisce la rete (RFI), l'altra è il vero e proprio trasporto (Trenitalia). Entrambe sono controllate al 100% dallo Stato. Mentre la rete è soggetta alla vigilanza del ministero delle Infrastrutture, il trasporto è assicurato dalla società per azioni Trenitalia ed è soggetto alla vigilanza del ministero dei Trasporti. A queste due si sono aggiunte, con il passare degli anni, diverse altre società come ad esempio l'Alta velocità/alta capacità (Tav). Tradotto in cifre, il sistema ferroviario italiano è pari a oltre 16mila chilometri di linea tradizionale, due terzi dei quali elettrificati e 6.400 chilometri a doppio binario, con 2.300 stazioni e fermate per il servizio clienti e 500 impianti per il servizio merci. A questi si sono aggiunti fino ad oggi poco meno di 300 chilometri di linee ad alta velocità. Entro il 2012 è previsto il raggiungimento della quota di 900 chilometri per l'alta velocità. Trenitalia conta su una flotta che movimentata giornalmente 9.200 treni. Cura anche la logistica, trasportando ogni anno oltre 83 milioni di tonnellate di merci. Oltre 72 milioni di viaggiatori l'anno per la media e lunga percorrenza, oltre 440 milioni di viaggiatori nel trasporto regionale: la grandissima massa degli italiani che viaggiano in treno riguarda, quindi, il trasporto regionale metropolitano.

Strade ferrate in cifre

Dati di esercizio

	2005	2004
Investimenti e ricavi (in milioni di euro)		
Ricavi operativi	6.875	6.718
Capitale investito netto	56.487	49.316
Margine operativo lordo (in milioni di euro)		
MOL	128	560
Traffico viaggiatori		
Viaggiatori km nel complesso ¹ (in milioni)	46.144	45.577
Viaggiatori trasportati nel complesso (in migliaia)	516.768	504.401
Traffico merci		
Tonnellate km trasportate ² (in milioni)	22.199	23.271
Tonnellate trasportate (in migliaia)	75.288	83.087
Percorrenze treni (in milioni)		
Treni km ³ circolati sulla rete FS	338,5	337,6
Personale del Gruppo Ferrovie dello Stato (a fine 2005)		
Nel complesso	97.599	99.305
Trenitalia	53.883	55.381
Rfi	35.158	35.625
Altre società	8.558	8.299
Puntualità - media annua Standard B		
Treni a media e lunga percorrenza (ritardi tra 0-15 min)	85%	90%
Treni regionali (ritardi tra 0-5 min)	87%	90%
Incidentalità		
Incidenti tipici (ogni milione di treni km)	0,17	0,21

1 viaggiatori km: unità di misura corrispondente allo spostamento di un viaggiatore per un chilometro. Si ottiene moltiplicando il numero dei passeggeri trasportati per i chilometri percorsi

2 tonnellate km: unità di misura corrispondente al trasporto di una tonnellata di un bene per un chilometro. Si ottiene moltiplicando le tonnellate trasportate per i chilometri percorsi

3 treni km: unità di misura corrispondente al percorso di un treno per un chilometro



Fs, le nuove tariffe da giugno

	seconda classe			prima classe		
	2006	giugno 2007	var. %	2006	giugno 2007	var. %
EUROSTAR alta velocità (Milano-Napoli)	62	67	+8	88	95	+8
EUROSTAR alta velocità (Bologna-Napoli)	56	61	+9	76	83	+9
EUROSTAR alta velocità (Firenze-Napoli)	48	53	+10	69	76	+10
EUROSTAR veloce (Milano-Padova)	21	25	+19	30	35	+17
Nuovo servizio EUROSTAR (Milano-Napoli)	-	20	-	-	28	-

Possibilità, prenotando presto, di uno sconto del 20% su Eurostar e Intercity nei giorni infrasettimanali venerdì sera escluso (numero biglietti pari al 15% circa del totale)



I ritardi (in %)

■ dei treni regionali
■ dei treni a lunga percorrenza



Fonte: Trenitalia



INTERVISTA A MARCO PONTI

La ricetta giusta? L'Europa ancora non l'ha trovata

di Daniela Verlicchi

«Non è che ci sia molto da star allegri anche all'estero». Marco Ponti, docente di Economia dei trasporti al Politecnico di Milano, non è della scuola del «se vuoi servizi efficienti, meglio emigrare», nemmeno quando si parla di ferrovie. E ci sono ragioni precise: «Ovunque le ferrovie si mangiano quintali di denaro pubblico, nell'ordine dei 5 miliardi all'anno, e i risultati sono pessimi, sia dal punto di vista del fatturato che da quello dell'impatto ambientale». Colpa dei monopoli che gestiscono la rete ferroviaria, ma non solo: «Il treno», nota il professore, «costa troppo e rende poco, soprattutto per i contribuenti». Mal comune mezzo gaudio, dunque. Sì, ma con le dovute differenze.



«In Inghilterra la privatizzazione ha migliorato i conti ma peggiorato servizio e manutenzione. In Francia l'alta velocità è un mezzo elitario. In Spagna i treni funzionano bene, ma sono vuoti». Viaggio sui binari esteri guidati da un esperto senza peli sulla lingua

di pendolari della tratta Bath-Bristol ha inaugurato una singolare forma di protesta. «More trains, less strain» l'hanno chiamata: «Più treni, meno stress». Al posto del tradizionale biglietto, i passeggeri hanno presentato al controllore un cartellino con la scritta «Viaggio per l'Inferno, andata e ritorno». Risultato? La compagnia ferroviaria è stata costretta ad aumentare il numero dei convogli sulla tratta: una vittoria per le associazioni di pendolari. Sovraffollamento, mancanza

di pulizia e guasti hanno scatenato l'ira dei pendolari inglesi. «È l'altra faccia della privatizzazione», commenta Ponti. «La manutenzione è peggiorata, soprattutto sulle linee che collegano le periferie ai grandi conglomerati urbani». Il sistema inglese, però, nonostante i prezzi (il biglietto costa il triplo che in Italia) rimane quello migliore.

... ed élite francese

Si viaggia peggio in Francia dove, a parte le reti ad alta velocità costosissime ed elitarie («solo lo 0,3 % degli spostamenti avviene lungo queste linee», puntualizza Ponti, «un dato che sale al 4% solo se si tiene conto del numero di passeggeri per chilometri percorsi»), la qualità del servizio è scadente almeno quanto in Italia. Tutto il sistema è simile a quello italiano, spiega Ponti: «La Rer che collega Parigi all'hinterland è tra le più sussidiate d'Europa e su tutta la rete la densità delle stazioni è paragonabile alla nostra». Mentre i costi sono decisamente più alti: in media in Francia si spende il doppio per viaggiare in treno.

Il segreto del prezzo del biglietto italiano sta nei finanziamenti statali, spiega il professore: «I nostri pendolari viaggiano praticamente gratis: il loro biglietto lo pagano i contribuenti, ma questo ha

un costo enorme per la collettività». Ecco perché, bilanciando qualità e prezzi, secondo Ponti, il sistema di trasporto italiano non se la cava poi troppo male. In classifica, la maglia nera spetta alle ferrovie dei Paesi dell'Est. «Il costo del lavoro è altissimo», spiega Ponti, «e nonostante ciò la qualità del servizio è pessima: l'intera rete ferroviaria dovrebbe essere modernizzata». I passeggeri però non mancano: probabilmente per la scarsa diffusione di altri mezzi di trasporto (le automobili, prima di tutto).

Esattamente l'opposto di quel che succede in Spagna: ottimo servizio, ma treni vuoti. In questo caso il problema è l'inadeguatezza della rete: una rete a maglie molto larghe e treni lenti e costosi. Meglio allora utilizzare l'efficiente e più economico sistema di autobus («il vero servizio sociale», fa notare Ponti) che in Spagna arriva davvero ovunque.

In Germania poi il biglietto costa il doppio che da noi. «I timidi tentativi di privatizzazione», spiega Ponti, «hanno abbassato i costi del servizio. Un vantaggio per i laender che, in alcuni casi, hanno reinvestito il denaro risparmiato nel rendere più confortevole il viaggio (ad esempio installando un sistema di aria condizionata) o migliorando della qualità e della puntualità del servizio».

segue da pagina 3

I miei 500mila chilometri di passione

Si arriva quindi nella metropoli: discesa a Milano Rogoredo e viaggio nella «confortevole» metropolitana. Altri 10, o in qualche caso 20 o 30 minuti (non fa molta differenza, ormai) e si arriva al lavoro.

Al termine della giornata di lavoro, il primo pensiero è: riuscirò a mangiare con i miei cari? Speriamo. E poi la seconda è: ce la farò ad andare in Centrale e quindi a sedermi sicuramente oppure è meglio avviarsi verso Rogoredo e sperare nella bontà dei miei compagni di viaggio o nella buona sorte? Per quest'oggi riusciamo ad andare in Centrale... è andata bene. Una volta arrivati si guarda se è già arrivato qualcuno del «gruppetto». Come lo si riconosce? La posizione è sempre quella, più o meno, e poi c'è «la mutanda». È il nostro segnale: la tenda sbandierata fuori dal finestrino. Ok, siamo saliti, in quanti siamo stasera? Riusciamo a tenere il posto a tutti? E soprattutto c'è il numero «legale» per giocare a Briscola chiamata? Sì, dai: ce la facciamo, e il nostro campionato può proseguire. Tra una mano e l'altra ci si avvia verso casa ed a volte riusciamo anche a non accorgerci di un eventuale ritardo. Ma l'occhio lungo del pendolare sa riconoscere al volo il singolo filo d'erba, la pianta, la stradina che è appena fuori dal suo finestrino e si sa orientare immediatamente: un'occhiata all'orologio, e subito la sentenza: stasera non si superano i 15 minuti. Si cena a casa: un paio d'ore con i ragazzi e poi a nanna. Domani potrebbe non andare così bene.

Matteo Casoni

editoriale

Politica, tu mi costi ma...

segue dalla prima

L'esempio delle Province, è forse il più emblematico. Provate a chiedervi (e chiederlo a chi vi sta vicino) quante sono e avrete una pluralità di risposte. Tra province esistenti storicamente, tra sfornate di nuove province del passato prossimo, tra province riconosciute ma non rese operative, tra nuove proposte e vendute come approvate, il numero non è quasi più un dato certo. Certo è invece l'ordine di grandezza di quanto costano ogni anno: 17 miliardi di euro, 33.000 miliardi di lire, vale a dire la portata di una manovra finanziaria di lacrime e sangue.

Se ogni annuncio di riduzione di auto blu fosse stato rispettato, oggi dovremmo chiederci di chi siano tutte quelle che vediamo in circolazione. Nella realtà, come segnalato in un'indagine giornalistica, se messe in fila, costituirebbero un cordone continuo dall'Italia alla Russia.

In realtà, esempi di questo tipo e non senza sofferenza, potremmo farne tantissimi. Occorre evitare tuttavia due tentazioni. La prima, da parte di chi questo sistema l'ha creato, di svilire e ridurre tutto a semplice qualunquismo. La crisi di valori e la disaffezione verso la politica è conse-

guenza non unica, ma non ultima, dei cattivi esempi che la classe dirigente di questo Paese con arroganza, e quasi in modo irrefrenabile, continua a trasmettere a tutti i cittadini, senza distinzione tra nord e sud della penisola. La seconda: trascendere dalla sfiducia verso le istituzioni al rifiuto verso le stesse e verso la politica.

Sembra, invece, questo il momento più opportuno per convogliare le energie positive del Paese e il desiderio di reazione di tantissimi cittadini, sia per invertire lo stato di rassegnazione che ha pervaso gli animi per lunghi decenni, sia per riavvicinare le persone all'impegno sociale che possono trovare nelle forme della cittadinanza attiva, la miglior rappresentazione della partecipazione democratica alla vita della comunità, al funzionamento dei servizi, al controllo dell'operato della pubblica amministrazione.

In questa direzione, le associazioni dei consumatori sempre più devono assumere il ruolo di organizzazioni dei cittadini presenti sul territorio ed in grado di rappresentare l'impegno e le istanze delle comunità in un quadro allargato di democrazia partecipativa.

Lorenzo Miozzi



I numeri

Chi paga cosa

Ecco, nel dettaglio, i termini dell'accordo sulle penali che vengono pagate dai sottoscrittori di mutui bancari in caso di estinzione anticipata. L'accordo è stato sottoscritto dall'Abi e dalle associazioni dei consumatori, così come prescritto dal decreto Bersani sulle liberalizzazioni

Mutui a tasso variabile, tasso fisso e misto stipulati fino al 31 dicembre 2000

Momento dell'estinzione	Penale massima
Prima del terzultimo anno della scadenza del contratto	0,50%
Nel terzultimo anno	0,20%
Negli ultimi due anni	0%

Mutui a tasso fisso stipulati dal 1° gennaio 2001

Momento dell'estinzione	Penale massima
Prima metà di ammortamento	1,90%
Seconda metà di ammortamento	1,50%
Nel terzultimo anno	0,20%
Negli ultimi due anni	0%



BANCHE E CITTADINI

Mutui, penale addio E anche per il passato niente più salassi

di Piero Pacchioli

Riportare il rapporto tra banca e consumatore ad un livello di parità. Era questo lo scopo della liberalizzazione dei servizi bancari prevista nei due decreti Bersani. In particolare, con il secondo intervento legislativo (legge 2 aprile 2007, n. 40) il Parlamento ha inciso profondamente sulla questione dell'estinzione anticipata dei mutui.

Le banche, infatti, in precedenza applicavano penali in molti casi onerosissime per questa operazione. Il risultato pratico era la dissuasione dall'effettuare l'estinzione anticipata e, quindi, per il consumatore significava rimanere legato alla banca fino alla conclusione del contratto.

Cambio di prospettiva

La legge Bersani è intervenuta su questo aspetto stabilendo che «è nullo qualunque patto, anche posteriore alla conclusione del contratto, ivi incluse le clausole penali, con cui si convenga che il mutuatario, che richieda l'estinzione anticipata o parziale di un contratto di mutuo per l'acquisto o per la ristrutturazione di unità immobiliari adibite ad abitazione ovvero allo svolgimento della propria attività economica o professionale da parte di persone fisiche, sia tenuto ad una determinata prestazione a favore del soggetto mutuante».

In questo modo è stato sancito il principio della sostanziale gratuità dell'estinzione anticipata del mutuo. Il problema che rimaneva aperto riguardava cosa sarebbe accaduto per i contratti di mutuo stipulati prima della legge e ancora in essere che, se non risolto, avrebbe creato una evidente disparità di trattamento.

Chi stipula un mutuo da quest'anno potrà estinguerlo senza più pagare penali. È uno degli effetti della lenzuolata di Bersani. Ma cosa accade a coloro che il mutuo l'hanno stipulato in passato? Un accordo (innovativo) tra Abi e associazioni dei consumatori ha stabilito condizioni vantaggiose anche per loro

Per ovviare a ciò, la stessa legge ha previsto che «l'Associazione bancaria italiana e le associazioni dei consumatori rappresentative a livello nazionale, ai sensi dell'articolo 137 del Codice del consumo di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, definiscono, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore del presente decreto, le regole generali di riconduzione ad equità dei contratti di mutuo in essere mediante, in particolare, la determinazione della misura massima dell'importo della penale dovuta per il caso di estinzione anticipata o parziale del mutuo».

È stata quindi demandata ad una

«contrattazione tra le parti», la soluzione del problema.

La legge prevedeva comunque anche che, in caso di mancato accordo «la misura della penale idonea alla riconduzione ad equità è stabilita entro trenta giorni dalla Banca d'Italia e costituisce norma imperativa ai sensi dell'articolo 1419, secondo comma, del Codice civile ai fini della rinegoziazione dei contratti di mutuo in essere» stabilendo così un incentivo ulteriore per raggiungere un compromesso.

Obiettivo parità

Dopo diversi incontri e accese discussioni, finalmente Abi e associazioni hanno raggiunto un accordo. Il 2 maggio scorso, infatti, quasi allo scadere del termine ultimo fissato dalla legge (entro tre mesi dalla data di entrata in vigore) è stato concluso l'accordo che definisce nel dettaglio come e in che modo la legge Bersani si applicherà anche ai contratti stipulati in precedenza (per i dettagli sulle

cifre vedi e tabella e box), riportando finalmente un po' di equità nel campo delle penali bancarie.

L'accordo riveste particolare importanza perché per la prima volta una previsione legislativa ha imposto ad un soggetto forte come l'Abi di trattare con le associazioni dei consumatori e queste ultime sono riuscite a trovare un accordo all'unanimità che possa essere di giovamento a tutti i cittadini. È il caso di sottolineare, infatti, che per la prima volta una legge attribuisce valenza generale ("erga omnes") a un accordo sottoscritto dalle associazioni di consumatori.

Il consumatore, quindi, oggi può legittimamente pretendere ed ottenere dalla propria banca un comportamento più corretto sull'estinzione del mutuo e, grazie agli altri numerosi interventi sui servizi bancari (sulle spese di chiusura del conto corrente, sui tassi di interesse, sulla trasparenza...), può finalmente dialogare con la banca su un piano di parità.

I numeri

Penali e scaglioni temporali

I dettagli dell'accordo

L'accordo raggiunto tra l'Abi e le 16 associazioni dei consumatori prevede per i mutui a tasso variabile e i mutui a tasso fisso stipulati prima del 2001 una penale massima dello 0,50 da calcolarsi sull'importo residuo del mutuo. Prevista una clausola di salvaguardia: per quei contratti che prevedono penali già in misura uguale o inferiori a quelle concordate, è previsto un ulteriore abbattimento di 0,20 punti percentuali.

Per i mutui a tasso fisso stipulati dal 2001 la penale massima è ora dell'1,90% per la prima metà del mutuo, 1,50 per la seconda metà, 0,20 per il terzultimo anno e 0 per gli ultimi due. Per questi mutui la clausola di salvaguardia prevede per le penali già pari o superiori all'1,25%, una riduzione di 0,25 punti percentuali; per quelle già inferiori, la riduzione sarà invece dello 0,15.

Sono previsti anche tre nuovi schemi per il calcolo delle penali per i mutui a tasso misto.



FARMACI

Generici, perché scegliamo di non risparmiare?

di Rossella Miracapillo

Usare bene i farmaci fa bene alla salute, i medicinali equivalenti hanno la stessa efficacia di quelli griffati. Sono questi i due messaggi che vengono veicolati dalla campagna informativa dell'Aifa - Agenzia italiana del farmaco, cui aderisce il Movimento Consumatori.

L'Osservatorio Farmaci & Salute dell'associazione, da sempre impegnato in attività di informazione ai cittadini per promuovere un uso consapevole dei medicinali, ha ritenuto opportuno sostenere l'iniziativa dell'Aifa *Farmaci generici e corretto uso dei farmaci* per comunicare al cittadino delle regole base per avere dai medicinali benefici e non brutte sorprese.

Conoscere per star bene

Una corretta informazione in ambito sanitario e, in particolare, nel settore farmaceutico è legata al concetto di salute poiché è attraverso la conoscenza che si può promuovere un accesso consapevole sicuro e appropriato alle terapie. E in quest'ottica l'Aifa ha voluto privilegiare una comunicazione orientata a stabilire un contatto diretto con i cittadini, basato su un rapporto di fiducia, trasparenza e ascolto.

La campagna veicola informazioni quali: i farmaci sono preziosi per la salute e vanno usati bene; vanno sempre seguite le indicazioni del medico; bisogna porre attenzione al foglietto illustrativo; è necessario imparare a conservare i farmaci.

Diffidenze da superare

Sul fronte dei generici, come rivela un sondaggio compiuto dal Movimen-

Hanno la stessa efficacia dei corrispettivi di marca. Ma costano almeno il 20% in meno. Eppure gli italiani li usano solo nel 13% dei casi. Colpa di diffidenze immotivate e di scarsa informazione. Per questo Aifa e Movimento Consumatori scendono in campo...

to Consumatori, il 73% delle persone intervistate definisce in maniera corretta il significato di "farmaco generico". Eppure la spesa complessiva per questo tipo di medicinali, sebbene negli ultimi anni sia aumentata, è ancora ferma al 13% del totale. Quali sono le cause di una così scarsa diffusione? Forse perché non è ancora sufficientemente diffusa la convinzione che si tratta di un medicinale che equivale in termini di qualità, efficacia e sicurezza al corrispettivo di marca.

Si tratta di farmaci che arrivano nelle nostre farmacie dopo essere stati sottoposti dall'Aifa agli stessi controlli di qualità di tutte le altre specialità e seguono precisi standard applicati in tutti i Paesi europei. Il costo inferiore degli

equivalenti permette, inoltre, di indirizzare fondi e risorse per l'acquisto di farmaci innovativi e facilitano quindi l'accesso a nuove e costose terapie.

«Il termine equivalente», si legge nella guida *Usa bene i farmaci, farmaci equivalenti, un vantaggio per tutti* curata dall'Aifa, «significa "che vale come un altro". Questi farmaci hanno la stessa efficacia, qualità e sicurezza dei corrispondenti farmaci di marca, ma costano almeno il 20% di meno perché, essendo scaduto il brevetto che consentiva la produzione esclusiva alla ditta che li aveva scoperti per prima, anche altre aziende possono produrli. Il brevetto infatti dura 20 anni e serve a consentire di recuperare i costi sostenuti per la ricerca».

Diverso solo il packaging

Rispetto al corrispondente farmaco di marca, il farmaco equivalente contiene lo stesso principio attivo, è bioequivalente (ha la stessa efficacia), è ugualmente sicuro perché sottoposto agli stessi controlli degli altri farmaci, contiene la stessa quantità di farmaco, ha le stesse indicazioni e controindicazioni.

«Le uniche differenze tra il farmaco equivalente e quello di marca», prosegue la guida dell'Aifa, «riguardano il colore della confezione e il colore, la forma e il sapore del medicinale. Queste differenze non comportano alcun cambiamento a livello del meccanismo di azione, dell'efficacia e della sicurezza del farmaco. La garanzia che valga lo stesso degli altri farmaci, cioè che sia equivalente, è fornita dalle Agenzie del farmaco europee che operano tutte secondo precisi criteri internazionali, uguali per tutti in Europa».

La campagna

Conferenze, opuscoli e un info-camper

Come primo passo per la realizzazione dell'iniziativa di Aifa e MC sono state organizzate dal Movimento Consumatori due giornate di formazione (che hanno visto la partecipazione, tra gli altri, in qualità di docenti, di Antonio Annetta di Federfarma e di Luigi Gatta della Simg, con l'obiettivo di dotare i propri collaboratori delle informazioni necessarie per l'implementazione della campagna. Infatti, il Movimento Consumatori ha previsto un'intensa attività sul territorio nazionale per diffondere alla cittadinanza i messaggi dell'iniziativa.

Le 50 sezioni territoriali del Movimento Consumatori distribuiranno per tutta la durata della campagna a chiunque si recherà presso le loro sedi, gli opuscoli *Usa bene i farmaci*.

Ottobre sarà il mese dell'uso corretto del farmaco e in 21 città le sezioni MC organizzeranno eventi (seminari, tavole rotonde, conferenze stampa) per sensibilizzare e discutere con la cittadinanza locale - soprattutto con i soggetti coinvolti nella campagna: anziani e mamme - l'opportunità di usare bene i farmaci e di ricorrere ai farmaci generici. A partire dalla metà di giugno un camper itinerante girerà l'Italia, da Nord a Sud, e sosterrà nelle principali città per divulgare il materiale prodotto e informare i cittadini.

Info: Movimento Consumatori
numero verde 800.774770
www.movimentoconsumatori.it
Aifa: numero verde 800.571661
www.agenziafarmaco.it

PAROLA ALL'AGENZIA ITALIANA DEL FARMACO

Cominciamo a chiamarli "equivalenti"

«Usarli significa anche far risparmiare il Sistema sanitario nazionale»

L'Aifa, l'Agenzia italiana del farmaco, ha tra i suoi obiettivi prioritari un'informazione corretta e trasparente. La campagna in atto sull'uso dei farmaci generici che, fanno sapere dall'Agenzia, «dovrebbero essere correttamente chiamati "equivalenti" perché "equivalgono" per efficacia, qualità e sicurezza a quelli di marca», nasce proprio da questa mission. L'Agen-

zia ha lanciato questa campagna di comunicazione che, oltre a promuovere l'impiego di farmaco generico, vuole anche stimolare a un uso corretto e questo per meglio tutelare la salute dei cittadini. Tra gli input della campagna vi sono concetti quali: un medicinale non può sostituire degli stili di vita sani; va assunto solo quando è necessario e su consiglio del medico o

del farmacista; le terapie richiedono consapevolezza e aderenza alle prescrizioni del medico; i farmaci non sono comuni beni di consumo; l'assunzione congiunta può provocare delle reazioni indesiderate.

«Questa campagna, che è rivolta soprattutto agli anziani e alle donne, che vede il coinvolgimento degli operatori sanitari ed infatti è condotta in colla-

borazione con i medici e con i farmacisti per il ruolo che hanno e per il rapporto di fiducia che instaurano con i cittadini, e con le associazioni dei consumatori anche per la loro articolazione sul territorio», spiegano all'Aifa.

«Non ci si è posti un obiettivo legato al raggiungimento di una percentuale rispetto al consumo attuale», precisano. «Il

messaggio che vogliamo far arrivare è che il farmaco equivalente è dotato di pari qualità e che ricorrere maggiormente a questi prodotti consente un risparmio immediato per i cittadini e, nel caso siano erogati dal Servizio sanitario nazionale, permettono di liberare risorse da destinare alla ricerca e produzione di farmaci innovativi».

(A.Ne.)

Leggere per crescere

Parole da ascoltare, ecco come cominciare da asili nido e scuole d'infanzia

Nello sviluppo del progetto *Leggere per Crescere. Perché, come e cosa leggere ai bambini in età prescolare*, una particolare attenzione è dedicata agli asili nido e alle scuole dell'infanzia. La ragione principale di questa attenzione, basata essenzialmente sul coinvolgimento in tutto il territorio nazionale di migliaia di educatrici e di insegnanti, è rappresentata dal fatto che è proprio nei primi cinque anni di vita che la narrazione e la lettura ad alta voce costituiscono uno stimolo particolarmente efficace per lo sviluppo del linguaggio e della



capacità di costruire una propria realtà mediante operazioni simboliche, fondamento indispensabile per la costruzione della capacità di ragionare in modo astratto. Le parole ascoltate sono dunque i mattoni in gran parte

indispensabili per formare l'edificio-individuo. Un recente ricerca americana ha dimostrato che i bambini appartenenti a famiglie di professionisti hanno occasione di ascoltare ogni anno circa 11 milioni di parole, mentre i bambini di famiglie povere si fermano al massimo a 3 milioni. Occorre, per quanto possibile, diminuire questa differenza soprattutto valorizzando le istituzioni che maggiormente lo possono fare: in primo luogo gli asili nido e le scuole dell'infanzia. In queste strutture, infatti, le disuguaglianze vengono

grandemente pareggiate, grazie alla dedizione di un personale di solito qualificato e molto motivato a dedicare gran parte della giornata a parlare con i bambini, con tutti i bambini, a narrare, a leggere ad alta voce senza distinzione rispetto alla condizione sociale o alla provenienza delle famiglie di appartenenza. Il valore di quest'opera può essere apprezzato quando si consideri che nel nostro Paese sono circa 25mila le sole scuole dell'infanzia in cui operano circa 140mila insegnanti, impegnati a prendersi cura di più di 1 milione e

600mila bambini.

Leggere per crescere, lo ricordiamo, è un progetto che ha come obiettivi principali: motivare le famiglie a raccontare e a leggere ad alta voce ai bambini dai 6 mesi ai 5 anni; sensibilizzare le istituzioni competenti affinché condividano e sostengano i principi che sono alla base del progetto; formare gli operatori orientandoli a un comportamento verso la pratica sistematica del raccontare e leggere ad alta voce.

www.leggerepercrescere.it
salutesocieta@gsk.com

Il decalogo



Regole per la scelta

Alcune semplici regole da osservare nella scelta dei giocattoli suggerite dall'Isig - Istituto italiano sicurezza dei giocattoli:

- sull'oggetto devono essere impressi il marchio CE e il marchio e l'indirizzo della società produttrice;
- la confezione deve recare l'indicazione dell'età consigliata con un elenco dei rischi eventualmente connessi all'uso non corretto;
- il prezzo è spesso rivelatore: se un giocattolo costa troppo poco (rispetto, per esempio, ad altri prodotti simili) vuol dire che probabilmente è di scarsa qualità;
- rivolgersi solo a rivenditori di fiducia o a canali di distribuzione conosciuti, cosicché in caso di problemi sia facile chiedere la sostituzione del prodotto;
- attenzione ai giochi chimici, che devono sempre recare le indicazioni per l'uso corretto;
- per i giochi ad alimentazione elettrica, verificare l'esistenza del marchio IMQ che ne certifica la sicurezza;
- nel caso di giocattoli funzionali, che somigliano a elettrodomestici o ad altri apparecchi casalinghi, accertare la presenza dell'avviso di impiego solo sotto supervisione adulta.

La norma

La direttiva comunitaria sulla sicurezza dei giocattoli (88/378/CEE), recepita dal decreto legislativo nazionale (dlgs 313 del 27 settembre 1991) fissa i principi di riferimento che devono essere rispettati per garantire un elevato livello di protezione della salute e della incolumità fisica degli utilizzatori. Nel tempo è stata integrata da nuove norme e precisazioni.

Info: www.giocattoliscuri.com

BALOCCHI E TRAPPOLE

Allarme giocattoli, il pericolo arriva da Est

di Angela Carta

Un semplice giocattolo può diventare un serio pericolo per la salute dei bambini? Certo, se le - apparentemente - innocue macchinine e bamboline o il morbido orsetto in peluche sono fabbricati non rispettando le norme vigenti. Dal rapporto annuale di Rapex, il sistema di allerta rapido dell'Unione europea creato per il monitoraggio dei prodotti pericolosi, emerge, purtroppo, che sono proprio i giochi per i bambini a figurare al primo posto nella classifica dei prodotti fuori legge.

La "palma d'oro" per la fabbricazione di questi giocattoli spetta alla Cina da cui proviene quasi la metà della merce segnalata a Rapex (48%). In Europa il primato lo detiene la Germania (5%) seguita dall'Italia (4%). È la volta poi di Stati Uniti, Gran Bretagna e Giappone (a pari merito con un 3%) mentre Spagna, Francia e Polonia si attestano al 2%. Solo l'1% dei prodotti oggetto di notifica da parte del sistema Rapex proviene da Taiwan, Thailandia e Corea del Sud.

I giocattoli contraffatti sono pericolosi perché privi dei necessari controlli di qualità e sicurezza: per questo non possiedono il marchio CE, che garantisce la qualità della filiera di produzione e dei test effettuati prima di metterli sul mercato. Durante i controlli più recenti sono addirittura stati scoperti giocattoli con un marchio CE falso, usato come abbreviazione di China Export, con lo scopo di trarre in inganno i consumatori.

L'esistenza del marchio CE, infatti, implica che, su tutto il territorio dell'Unione europea, non possano essere immessi sul mercato «prodotti concepiti o

Merce contraffatta, senza requisiti di sicurezza, con marchi fasulli, per quasi la metà di provenienza cinese. Un fenomeno dilagante, che mette a rischio la salute dei bambini. Un organismo europeo vigila, ma anche i genitori devono fare la loro parte...

manifestamente destinati ad essere utilizzati ai fini di gioco da minori di quattordici anni», che non siano conformi alla direttiva comunitaria sulla sicurezza dei giocattoli (88/378/CEE) e al corrispondente decreto legislativo nazionale (dlgs 313 del 27 settembre 1991) che fornisce una serie particolareggiata di requisiti di sicurezza (ad esempio sull'uso dei materiali, quali il Pvc e i ftalati, banditi per i bambini più piccoli).

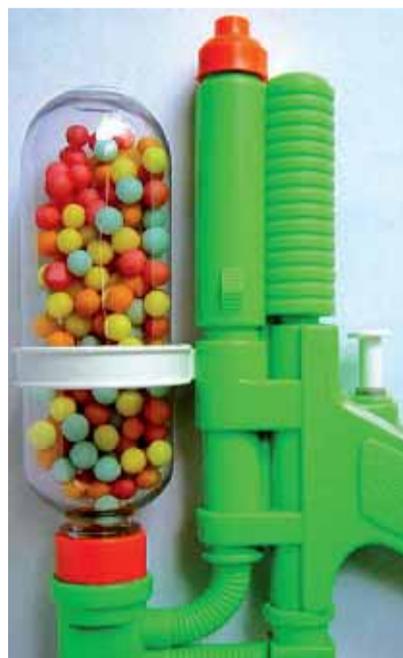
I rischi

Dalla relazione Rapex emerge che le principali categorie di rischio per la salute dei consumatori sono cinque: lesioni (274 notifiche, pari al 25% del totale), folgorazioni (270 notifiche, 24%), rischio di incendio e ustioni (194 notifiche, 18%), strangolamento e soffocamento (157 notifiche, 14%), rischio chimico (95 notifiche, 9%).

Per far fronte al problema, Bruxelles ha intensificato la cooperazione con la Cina, uno dei principali esportatori di beni di consumo verso l'Europa. In particolare, nel 2006 è stato firmato un memorandum per garantire giocattoli più sicuri sul territorio comunitario.

Sulla funzionalità di Rapex, si è espressa recentemente Meglena Kuneva, commissario europeo per la Tutela dei consumatori. «Questo sistema di allarme rapido costituisce un valido strumento di sorveglianza ed è nel contempo un eccellente esempio di valore aggiunto europeo. Il crescente aumento delle notifiche è un buon segno, sta ad indicare che la vigilanza in Europa migliora continuamente».

La relazione Rapex è scaricabile da: http://ec.europa.eu/consumers/reports/report_rapex_06_en.pdf



Parliamone di Gustavo Ghidini*

Se la contraffazione fa male anche alla salute

Non c'è, va riconosciuto, un diffuso sentire sociale ostile alla contraffazione di diversi prodotti di marca, dalle borsette ai dvd, nei quali ci imbattiamo quasi ogni giorno, specie per la strada. Da un lato l'alto costo degli originali, dall'altro un senso di compassione per i poveri immigrati che offrono i falsi, spingono gran parte dei cittadini a considerare quello



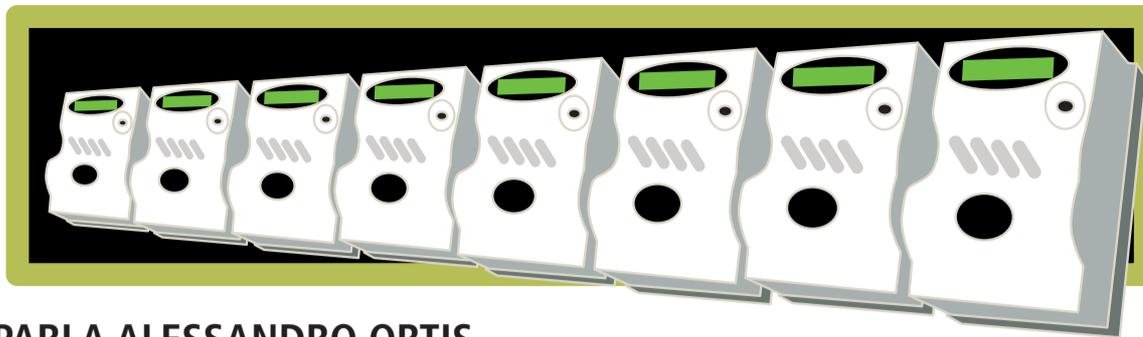
smercio tutto al più un peccato veniale. E se chi ha redditi modestissimi può regalare alla moglie una borsetta che sembra "uguale" all'originale e al figlio un film di successo a prezzi senz'altro abbordabili, ecco che nasce anche una sorta di "intesa sociale", in un malinteso quadro "ambientale" in cui il contraffattore finisce per apparire una sorta di Robin Hood che ruba (la proprietà intellettuale) ai ricchi (gli esosi produttori degli originali) per dare (beni a basso prezzo) ai poveri. Naturalmente si tratta di un quadro molto semplicistico a dir poco, che non tiene conto anzitutto che quei distributori di strada sono sì, senz'altro, poveri Cristi, ma che come tali sono stati spesso arruolati - con l'esimente del personale "stato di necessità" economica - da organizzazioni criminali (i cui capi restano spesso impuniti), e che nell'attività di contraffazione riciclano profitti conseguiti in altri e ancora più gravi attività illecite (droga, estorsioni, prostituzione, ecc). Per non parlare del fatto che la produzione e la distribuzione di beni contraffatti taglia posti di lavoro regolari ed entrate fiscali, accrescendo la mostruosa quota italiana della ricchezza prodotta in nero. Lasciamo ora da parte queste considerazioni generali e prendiamo atto di quella tiepidezza diffusa, anzi della frequente "empatia" sociale verso il fenomeno.

C'è però un dato nuovo che sta emergendo, e che, al solito, il sistema dell'informazione tarda a registrare e a diffondere con il rilievo che merita. La contraffazione si sta sempre più estendendo oltre il confine delle magliette, delle borse, dei dvd. Si sta estendendo ai farmaci, ai cosmetici, ai cibi per animali, ai prodotti medicali per ospedali e cliniche. A proposito: in un recente articolo sull'*International Herald Tribune*, un chirurgo di Boston racconta di essersi accorto, dopo, di aver ricucito con un filo contraffatto. E ora trema, temendo che un difetto di sterilità possa far sentire i suoi effetti a scoppio ritardato nell'addome della paziente.

Ecco un "salto di qualità", per così dire, che dovrebbe - quanto meno nello specifico - far aprire gli occhi a molta gente e sollecitare un'attenzione particolare da parte dei ministri interessati, a partire da quello della salute. Un'attenzione che investa non solo l'anello finale, ma l'intera catena di distribuzione dei diversi tipi di prodotti che possono comunque, se non corrispondenti ad alti standard produttivi, danneggiare la salute, sia in modo immediato sia con effetti a lungo termine (ancor più pericolosi, eventualmente, perché più difficili da "tracciare"). Vi è insomma materiale, e causa, per un nuovo fronte della difesa dei cittadini.

Chi vuole intendere, intenda.

*presidente onorario Movimento Consumatori



PARLA ALESSANDRO ORTIS

Energia libera, sì ma con regole precise

di Angela Carta

Tra meno di un mese scatta la liberalizzazione del mercato elettrico. Una rivoluzione che comporterà, anche per le famiglie, la scelta del fornitore di energia elettrica. Addio, quindi, al mercato monopolistico e via libera alla concorrenza. Fattori che dovrebbero portare, si presume, vantaggi agli utenti con relativo abbassamento delle tariffe. Ma allora da dove nascono le preoccupazioni recentemente espresse dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas? Lo abbiamo chiesto al presidente Alessandro Ortis.

Consumers' Magazine: Dal 1° luglio si potrà scegliere il proprio venditore di energia elettrica. Un cambiamento che, come ha recentemente affermato, deve prevedere alcune misure a tutela dei consumatori. Perché?

Alessandro Ortis: Nasceranno nuovi mercati: in Italia quasi 30 milioni di famiglie potranno scegliere il proprio fornitore, in uno scenario che vedrà in concorrenza diversi venditori per servire anche i piccoli consumatori finali. È un fatto "epocale" e allargato a molti Paesi europei; l'Autorità è impegnata a far sì che anche i consumatori italiani possano esercitare una scelta libera, consapevole e conveniente. All'apertura completa dei mercati, lato domanda, deve però corrispondere un rapido miglioramento dei livelli di concorrenza lato offerta, anche con opportuni provvedimenti parlamentari e governativi a tutela del consumatore.

CM: Quali rischi si paventano?

Ortis: L'Autorità non potrà più definire per i clienti domestici condizioni economiche vincolanti di fornitura di energia elettrica e i venditori potranno determinare liberamente i prezzi. Inoltre, la scomparsa del prezzo unico nazionale dell'energia elettrica potrebbe portare a incrementi nelle zone del Sud, nelle quali il prezzo all'ingrosso è più elevato. Vi è poi il rischio di una "cattura" dell'intero portafoglio clienti delle società di distribuzione, da parte di società di vendita che fanno capo a questi stessi operatori. Se dovesse succedere, come è già accaduto nel settore del gas, dopo la completa apertura del mercato nel 2003, sarebbe poi più difficile sviluppare la concorrenza; questo anche perché circa il 90% dei clienti domestici è tuttora servito dall'ex monopolista. Occorre, dunque, pre-

Dal 1° luglio ogni famiglia potrà scegliere il proprio fornitore. Una svolta che però, secondo il presidente dell'Autorità, ha bisogno di molta vigilanza. Per evitare che a rimetterci siano le famiglie

vedere nell'ambito degli strumenti consentiti dalle direttive europee, una serie di misure adeguate per proteggere i clienti finali e, in particolare, alcune categorie più deboli.

CM: Quali sono le misure che ritenete necessarie?

Ortis: Si tratta di misure per accompagnare con gradualità il passaggio dal vecchio al nuovo regime. Ad esempio, la garanzia di fornitura di elettricità a prezzi ragionevoli per i clienti domestici, una

specie di "salvagente" per le famiglie ed eventualmente altri piccoli clienti "deboli"; la certezza di continuità della fornitura per tutti i clienti finali, nel caso venisse a mancare il venditore per motivi eccezionali come, ad esempio, il fallimento. È inoltre necessario prevedere la possibilità per l'Autorità di fissare prezzi di riferimento sia per l'elettricità sia per il gas; intervenire sulla disponibilità dei dati del cliente per tutti i venditori, nel pieno rispetto della privacy; definire quali siano i cittadini effettivamente bisognosi di protezione sociale, a causa di disagiate condizioni economiche o di salute.

CM: L'Autorità ha messo a punto alcune proposte di riforma tariffaria. Quali sono e a quali risultati dovrebbero portare?

Ortis: La riforma tariffaria, voluta dalle direttive europee, affida l'andamento dei prezzi al ruolo virtuoso della

competizione tra fornitori, con l'obiettivo di stimolare efficienza e massimizzare i vantaggi per i consumatori. L'Autorità ha presentato precise proposte di riforma tariffaria per il settore domestico, affinché le famiglie possano beneficiare al meglio della completa apertura del mercato. Dal 1° luglio, fino alla definizione del nuovo regime di "tariffa sociale" da parte di governo e parlamento l'Autorità prevede un "periodo transitorio", che mantiene l'attuale sistema di tutela diffusa delle famiglie nei luoghi di residenza. E, non appena potrà essere applicato il nuovo regime di tutela, è prevista una delle tre opzioni di riforma tariffaria, tutte tese a tutelare i consumatori, che sono già state poste in "consultazione" e quindi all'attenzione di tutti. Il risultato di questa trasparente e ampia "consultazione", e le attese scelte parlamentari e governative, saranno tenute in doveroso conto per dettagliare la soluzione finale.



Chi è

L'energia è il suo forte

Alessandro Ortis è stato recentemente direttore generale per l'energia e le risorse minerarie al ministero delle Attività produttive e presidente della Ccse - Cassa conguaglio per il settore elettrico. Da dicembre 2003 ricopre il ruolo di presidente dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas.

Consumers' notizie

TELECOMUNICAZIONI

Pubblicità ingannevole, l'Antitrust multa (ancora) Vodafone

Una multa di 54.100 euro è stata inflitta dall'Antitrust a Vodafone per pubblicità ingannevole in relazione allo spot di «Vodafone Casa Numero Fisso», con testimonial Toti e Gattuso, l'offerta che consente di utilizzare il numero fisso anche sul cellulare. Il procedimento è partito sulla base di una segnalazione dell'Mdc - Movimento difesa del cittadino che aveva denunciato all'Autorità lo scorso novembre la campagna. «I messaggi», ricorda una nota dell'associazione, «erano, infatti, ingannevoli e gravemente lesivi dei consumatori, laddove si lasciava intendere che il servizio offerto consentiva di usufruire in modo pressoché immediato di un servizio assolutamente fungibile alla tradizionale telefonia fissa (il servizio,

invece, era ancora in via sperimentale e non disponibile subito)». «Quest'ennesima condanna», commenta Francesco Luongo, responsabile del Dipartimento Tlc del Movimento difesa del cittadino, «dimostra come la trasparenza e la correttezza delle informazioni nel settore delle telecomunicazioni siano principi dimenticati e come le sanzioni dell'Antitrust risultino oramai irrilevanti a fronte dell'enorme quantità di notizie ingannevoli, se non false, divulgate da molte compagnie di telefonia mobile». Già a marzo 2006 Mdc aveva fatto condannare la Vodafone a una sanzione di 45.100 euro per l'ingannevolezza della campagna «Passa a Vodafone. Avrai 600 euro di telefonate in regalo». www.agcm.it

Un bollino di qualità per il gelato tradizionale

Un bollino di qualità per il gelato tradizionale italiano che lo distingue dai prodotti confezionati. È l'obiettivo di due iniziative legislative depositate alla Camera da Luana Zanella e al Senato da Loredana De Petris. In arrivo anche sanzioni severe per l'uso non autorizzato o improprio del marchio di qualità «gelato tradizionale italiano». Una tutela per le 32mila aziende in attività, ma anche per i consumatori, in un mercato sempre più invaso da semilavorati e preconfezionati. Un mercato florido che ha visto, negli ultimi anni, un incremento dei consumi di oltre il 15%, nonostante una vera e propria impennata dei prezzi: aumenti, dal 2001 ad oggi, di oltre il 50% sul chilo e addirittura del 65,5% sul semplice cono, secondo una ricerca dell'Adoc.

www.cna.it/gelatotradizionale

Arriva l'aspirina a marchio Coop

Paracetamolo, generico della Tachipirina, e acido acetil-salicilico (Aspirina) saranno i primi farmaci a marchio Coop a comparire sugli scaffali dei supermercati della catena. La nuova veste dei medicinali è infatti in fase di valutazione da parte dell'Aifa - Agenzia italiana del farmaco. I farmaci saranno distribuiti nei punti CoopSalute: oltre 60 in altrettanti punti vendita.

www.e-coop.it

La contraccezione spiegata in farmacia

È partita il 1° giugno la seconda edizione di *Io donna. Il piacere è conoscersi*, la campagna di informazione e sensibilizzazione sulla contraccezione in farmacia promossa da Fondazione Donna in collaborazione con istituzio-

ni, associazioni, enti locali, Società italiana della contraccezione, Federsanità, Anci e Federfarma. L'obiettivo è rispondere agli interrogativi dei giovani e delle donne sul tema. Tra giugno e luglio in oltre 400 farmacie in 10 città si potranno chiedere informazioni e ritirare un opuscolo.

www.ilpiacereeconoscersi.it

Obesità, problema per 21 milioni di europei

Gli obesi in Europa sono 21 milioni, in alcuni Paesi più della metà della popolazione adulta è sovrappeso. Ogni anno 400mila bambini si aggiungono ai 3 milioni già obesi. In Europa 1 bambino su 4 è sovrappeso. Sono le nuove cifre diffuse dalla Commissione europea che a Bruxelles ha presentato il libro bianco con la strategia per l'azione sull'alimentazione e l'attività fisica.

<http://ec.europa.eu>

+ dalle sezioni

Piemonte, il commercio salta i passaggi

Collettivo è meglio! è un progetto di filiera corta: acquistare alimenti direttamente da produttori biologici locali in modo da tagliare i passaggi intermedi della filiera tradizionale che incidono considerevolmente sul prezzo finale del prodotto e ottenere così prezzi più convenienti. L'obiettivo è ottenere un risparmio in termini sia economici, per i consumatori, che sociali, per il ridotto impatto ambientale in termini di inquinamento, imballaggio e trasporto (i prodotti non dovranno più essere trasportati per centinaia di chilometri).

torino@movimentoconsumatori.it

Toscana, campagna contro l'usura

Movimento Consumatori Toscana in partnership con Arci Toscana e Arci Solidarietà ha svolto col patrocinio della Regione una ricerca sul fenomeno dell'usura, in alcune aree comprese tra le province di Livorno, Pisa e Prato, intervistando presidenti di associazioni e referenti istituzionali. Gli sportelli di MC si sono trasformati in antenne sul territorio in grado di ricevere denunce su fenomeni usurari e comportamenti scorretti di banche e finanziarie. Sono previsti, inoltre, incontri nelle scuole.

livorno@movimentoconsumatori.it

Sicilia, un vademecum contro i falsi

Contro la piaga contraffazione nei prodotti di largo consumo, MC Sicilia, in collaborazione con la Regione, ha ideato un progetto per informare, assistere ed orientare il cittadino nell'acquisto di prodotti alimentari e per fornire strumenti conoscitivi facilmente ed immediatamente consultabili allo scopo di indirizzare e tutelare i consumatori nel momento dell'acquisto di prodotti attraverso la conoscenza dei sistemi di controllo della qualità e sulla filiera produttiva.

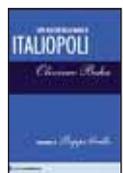
palermo@movimentoconsumatori.it

tra le righe di Lorenzo Miozzi

Ritratti in nero dell'Italia di oggi

L'invettiva di Oliviero...

Un pamphlet di denuncia dei mali della società e della politica italiana degli ultimi cinquant'anni, un sistema fatto di scandali, malaffare e malcostume, mafie e indifferenza delle masse. Un titolo evocativo dei numerosi scandali politico-finanziari-mediatici degli ultimi decenni. Italiopoli descrive una classe dirigente sempre più prodiga di cattivi esempi, senza qualità e senza coraggio intellettuale, una politica degenerata e una tv fatta di programmi scadenti, l'informazione a comando, conflitti di interessi mai risolti, una legge sull'indulto che non è piaciuta a nessuno. Le differenze tra destra e sinistra sono sempre più difficili da individuare e a dominare sono sempre gli stessi vecchi volti dei primi anni 90. Quello che emerge è un sistema Italia incapace di rigenerarsi. L'unica chance, per l'autore, è ripartire dalle associazioni e dai comitati della società civile rappresentanti di un'altra Italia, onesta e attiva.



Oliviero Beha
Come resistere nella palude di Italiopoli
Chiarelettere
250 pagine - 13,60 euro

... e la denuncia di di Stella e Rizzo

Per chi si ostina a difendere la politica a spada tratta. E per chi da lungo tempo lancia dardi contro il mondo politico. Un libro corrosivo e molto documentato che illustra come la classe dirigente del Paese sia diventata a tutti gli effetti una casta di intoccabili, e come le principali istituzioni statali e le amministrazioni locali siano diventate luoghi di sprechi e di privilegi. Racconta il business siciliano delle cliniche private e degli appalti per lo smaltimento delle scorie nucleari russe, le scandalose rendite di posizione concesse, non si sa bene sulla base di quali requisiti, il riciclaggio di chi viene escluso dalle elezioni. Storie stupefacenti, numeri da bancarotta e aneddoti nel reportage di due famosi giornalisti, Sergio Rizzo e Gian Antonio Stella, che denunciano la metamorfosi della politica in una oligarchia insaziabile che intossica l'intera società italiana. Un'indagine sui costi della politica italiana e sui privilegi. I cittadini possono aprire gli occhi e ribellarsi. O entrare in politica e sistemarsi a vita.



Sergio Rizzo e Gian Antonio Stella
La Casta
Rizzoli
290 pagine - 18 euro

Consumers' iniziative



PIÙ CONCORRENZA + DIRITTI

Operazione saracinesche aperte Ecco come cambia il commercio

Le nuove regole sulla tutela della concorrenza nella distribuzione commerciale riprendono un tema sviluppato da una legge del 1998 del ministro Bersani, che riformava la disciplina del settore. Questa riforma chiamava le Regioni a definire gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività e a fissare criteri di programmazione urbanistica, per creare una rete in grado di assicurare la migliore produttività al sistema, la qualità dei servizi al consumatore e il rispetto della libera concorrenza. Da allora, però, solo alcune Regioni, e in molti casi solo parzialmente, hanno seguito le regole secondo lo spirito che l'aveva ispirate. Con la legge Bersani 2006 si è voluto letteralmente dare una svolta e un'accelerazione ai processi di liberalizzazione e di semplificazione amministrativa con la cancellazione di limiti e vincoli per l'apertura di attività commerciali. Attraverso il potenziamento della concorrenza tra imprese si vuole garantire ai cittadini un livello minimo e uniforme di accessibilità all'acquisto dei prodotti e dei servizi sul territorio nazionale. Fatto salve le disposizioni che disciplinano le vendite sottocosto e i saldi di fine stagione, l'innovazione portata da Bersani prevede che le attività commerciali e quelle di alimenti e bevande siano svolte:

- senza iscrizione a registri abilitanti (con abolizione del Rec e dei relativi esami presso le Camere di commercio);
- senza necessità di possedere requisiti professionali soggettivi (esclusi quelli per il settore alimentare);
- senza limiti di distanze minime tra attività dello stesso tipo;

Nel dettaglio

I soggetti in campo

Le associazioni partecipanti

Assoutenti - Associazione nazionale e dei servizi pubblici
www.assoutenti.it
Cittadinanzattiva - onlus
www.cittadinanzattiva.it
Confconsumatori - Confederazione generale dei consumatori
www.confconsumatori.com
Movimento Consumatori
www.movimentoconsumatori.it
Movimento difesa del cittadino onlus
www.mdc.it
Unione nazionale consumatori
www.consumatori.it

sati dalla legge dello Stato. I vantaggi di questa disciplina sono quelli propri di un sistema di concorrenza dinamica e aperta. Per le imprese, maggiore semplicità nelle procedure per l'accesso al mercato e facilità di insediamento, più opportunità di realizzazione di economie di scala e stimoli più forti nel reinvestire per contenere i prezzi e la qualità dell'offerta. Per i consumatori si ha una maggiore facilità di accesso alla distribuzione, occasioni di confronto tra le diverse offerte, una più vasta scelta fondata sui prezzi e sulla qualità dei prodotti.

(A.C.)

www.concorrenzaediritti.it

info@concorrenzaediritti.it - numero verde 800.913514

IL PROGETTO

Rc Auto: scegliere la polizza migliore? Un numero verde scioglie tutti i dubbi

Ha preso il via *R.C. Auto per Te* un progetto del Movimento Consumatori, cofinanziato dal Cncu - Consiglio nazionale consumatori e utenti, che si rivolge a tutti gli automobilisti per metterli in condizione di scegliere la polizza assicurativa più conveniente.

«Spesso risulta difficile individuare la tariffa migliore», spiega **Lorenzo Miozzi**, presidente del Movimento Consumatori, «sia per il numero elevato di compagnie assicuratrici presenti sul mercato sia perché le informazioni offerte sui siti Internet di queste compagnie non sono sufficienti ad orientare la scelta dei consumatori. A questi fattori si aggiungono la non facile comparabilità delle offerte, la presenza nelle agenzie di materiali divulgativi più orientati alla pubblicità che all'informazione e la complessità delle norme contrattuali». Per rispondere direttamente alle domande dei cittadini, MC ha attivato il numero verde 800.774770 (dal lunedì al venerdì dalle 14.30 alle 18.30). Inoltre, sul sito dell'associazione www.movimentoconsumatori.it nella sezione *R.C. Auto per Te* i consumatori hanno a disposizione un servizio che permette gratuitamente di calcolare online il preventivo più conveniente, informazioni e materiali utili sul mondo

delle assicurazioni (leggi e sentenze, modulistica, faq), e un utile vademecum da conservare nel proprio autoveicolo assieme al contratto assicurativo.

«Questo progetto», continua Miozzi, «non è rivolto solo alla scelta dell'Rc auto, ma vuole essere anche un'iniziativa che favorisca, all'interno dei nuclei familiari, l'educazione stradale dei minori di età compresa tra gli 8 e i 12 anni. È stato realizzato un gioco per far conoscere ai bambini gli elementi base della sicurezza stradale, che sarà inviato a diverse scuole sul territorio italiano e distribuito gratuitamente presso le sedi associative del Movimento Consumatori, in abbinamento ai materiali per gli adulti su tariffe e contratti».

Infine, sempre nell'ambito del progetto, l'Osservatorio sulla pubblicità ingannevole del Movimento Consumatori effettuerà un monitoraggio delle comunicazioni commerciali inerenti le polizze assicurative Rc auto per verificare che esse corrispondano ai criteri di correttezza, onestà e verità. Solo le pubblicità che corrispondono a questi criteri possono, infatti, informare correttamente il consumatore sulle caratteristiche del prodotto che intende acquistare. ≥

(A.C.)

Numero verde 800.774770

+ come funziona

Una risposta a ogni quesito

Gli strumenti

Dai passaggi di proprietà gratuiti alle polizze assicurative auto più trasparenti, dall'abolizione dei costi di chiusura dei conti correnti bancari alle parcelle negoziabili dei professionisti; dall'eliminazione dei divieti temporali o quantitativi per le vendite promozionali per gli esercizi commerciali alla vendita dei farmaci da banco e senza prescrizione medica nei supermercati.

Il personale esperto delle associazioni sarà pronto a rispondere a tutti i quesiti dei consumatori non solo tramite il **numero verde 800.913514**, attivo dal lunedì al venerdì dalle ore 9.30 alle ore 13.30, ma anche tramite il sito web www.concorrenzaediritti.it.

Nel portale sarà possibile anche trovare informazioni utili e ascoltare il notiziario radiofonico con approfondimenti sul tema delle liberalizzazioni. Saranno, inoltre, distribuiti ai cittadini e disponibili presso le sedi delle associazioni 10 guide pratiche e 10 vademecum con i consigli utili per ogni settore coinvolto nel processo di liberalizzazione.

In autunno, infine, è in programma la realizzazione della Giornata nazionale delle liberalizzazioni, che prevede in 107 piazze italiane l'organizzazione di eventi straordinari di informazione, con distribuzione di materiali, dialogo con i cittadini e possibilità di avere consulenza diretta. Per ulteriori informazioni, oltre al sito del progetto, si possono visitare le pagine web del Consiglio nazionale consumatori e utenti (www.tuttoconsumatori.it), del ministero dello Sviluppo economico (www.sviluppoeconomico.gov.it) o quelle del Cittadino-Consumatore all'indirizzo <http://cittadinoconsumatore.sviluppoeconomico.gov.it>.

I temi

Di seguito le 10 tematiche oggetto delle guide e dei vademecum, realizzati dalle sei associazioni che hanno promosso l'iniziativa.

1. Concorrenza nel settore dei servizi professionali
2. Concorrenza nella distribuzione commerciale
3. Liberalizzazione delle attività di produzione di pane
4. Distribuzione di farmaci
5. Potenziamento del servizio di taxi
6. Passaggi di proprietà di beni mobili registrati
7. Clausole contrattuali in tema di responsabilità civile auto
8. Sistema informativo sui prezzi dei prodotti agro-alimentari
9. Condizioni contrattuali in materia bancaria e creditizia
10. Circolazione dei veicoli e mezzi di trasporto comunale e intercomunale.

Le collaborazioni

- Asstra - Associazione trasporti
- Fimmg - Federazione italiana medici di famiglia
- Federazione italiana panificatori
- Università degli studi di Perugia
- Mnlf - Movimento nazionale liberi farmacisti
- Agit - Avvocati giusconsumaristi italiani
- Arci
- Federdistribuzione

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

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 o contattaci all'indirizzo 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. 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

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

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

Insero a cura di: Angela Carta e Piero Pacchioli

Coordinamento redazionale: Silvano Rubino

Hanno collaborato: Daniela Romanello, Claudio Madella, Daniela Verlicchi, Antonietta Nembri, Monica Multari, Rossella Miracapillo

Progetto grafico: Antonio Mola

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