



Mediazione

Obbligatoria per liti condominiali e RC Auto

Pag. 5



Trasporti

Indagine MC sull'efficienza dei bus pubblici

Pag. 6



Risparmio

Investire sull'educazione finanziaria

Pag. 7



Rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili

Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



aprile 2012

Anno 04 N. 03

via Piemonte, 39/A 00187 Roma Tel. 064880053 Fax 064820227 www.movimentoconsumatori.it info@movimentoconsumatori.it

COMMERCIO ELETTRONICO

ATTENTI ALLE "E-TRUFFE"

I social shopping registrano un boom di vendite, ma si moltiplicano anche le

lamentele degli utenti che acquistano. Comprare sul web è poco sicuro?

E il naufragar m'è dolce in questo mare". In quello infinito celebrato nella celeberrima poesia da Leopardi, senz'altro. Ma in quello del web si può stare altrettanto tranquilli, specialmente quando si mette mano alla propria carta di credito? E' sicuro acquistare su Internet? E quanto si è garantiti quando si rimane insoddisfatti? La recente cronaca racconta di un proliferare di lamentele di cittadini che hanno comperato prodotti e servizi nei "social shopping", gruppi d'acquisto on line come Groupalia, LetsBonus, etc. Motivi del contendere: prodotti mai consegnati, difettosi o non corrispondenti a quelli pubblicizzati, servizi fantasma o mediocri. Per le associazioni dei consumatori si tratta di un nuovo fronte dove affinare gli strumenti di tutela dei cittadini. Un terreno difficile visto che su Internet chi propone "virtualmente" il servizio, ha la possibilità di sparire con più facilità. In questo dossier si cercano di analizzare le ragioni del crescente successo dell'e-commerce, i suoi vantaggi e le sue insidie.

dossier
da pagina 2 a pagina 3



una buona notizia...

CSR. Costruire una catena di fornitura responsabile

Valore Sociale, in collaborazione con la Provincia di Milano, realizza un ciclo di incontri gratuiti rivolti alle imprese nell'ambito del progetto "Grabbing Development: Towards New Models of North/South Relations for a Fair Exploitation of Natural Resources", finanziato dalla Commissione Europea e finalizzato alla creazione di un nuovo approccio europeo allo sfruttamento delle risorse naturali, basato sull'equità e sui diritti.

...e una cattiva

Acqua. Ultimatum Ue all'Italia

In occasione della Giornata mondiale dell'acqua del 22 marzo scorso, l'Ue ha mandato un ultimatum all'Italia perché si adegui alla direttiva quadro sulla tutela dell'oro blu. La Commissione ha riscontrato carenze nella trasposizione delle regole Ue nella legislazione nazionale. L'esecutivo europeo ha deciso di inviare un parere motivato: se l'Italia non darà risposte soddisfacenti entro due mesi, rischia di finire davanti alla Corte europea di giustizia.



editoriale

Ogm, si sa che gli italiani non li vogliono di Lorenzo Miozzi*

Ogni tanto, qualche personaggio particolarmente influente prova a riaprire il dibattito sugli Ogm, nel nostro Paese. Ultima in ordine di tempo è una recente dichiarazione del ministro dell'Ambiente Clini, secondo cui in Italia bisogna aprire una seria riflessione che deve coinvolgere la ricerca e la produzione agricola sul ruolo dell'ingegneria genetica e di alcune possibili applicazioni degli Ogm. Sì o no Ogm, è per tanti una battaglia di tipo ideologico e spesso, quando assistiamo a confronti su questo tema, serve almeno una laurea in Scienze Agricole, per dire di averci capito qualcosa. Chi è favorevole, organizza simposi scientifici con relatori che la pensano tutti allo stesso modo. Il pubblico, alla fine, se anche vi trova qualche buona ragione, ne esce più diffidente di prima. Chi non li vuole, organizza invece confronti più articolati, ma il pubblico invitato, appartiene a gruppi di persone già fermamente contrarie. Tuttavia una cosa è sicura: i consumatori italiani, tra i tanti problemi di sicurezza o dieta alimentare che vivono, non sentono il bisogno degli Ogm. Addirittura, quasi il 75% dei consumatori intervistati da una ricerca Coldiretti - Swg, si dimostra perfino impaurito dagli organismi geneticamente modificati. 13 Regioni, 41 Province e 2.350 Comuni, si sono dichiarati "Ogm free".

*presidente del Movimento Consumatori

L'intervista: Paolo Saba direttore generale tutela consumatori Agcm

di Angela Carta



In questo ultimo periodo l'attenzione dell'Antitrust si sta molto concentrando sui gruppi di acquisto on line dopo le numerosissime segnalazioni di disservizi e di prodotti non consegnati o non corrispondenti a quelli visionati su Internet da parte degli utenti. Paolo Saba, direttore generale tutela consumatori dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato spiega come si esplica l'attività dell'Antitrust per tutelare gli utenti della Rete.

Con il diffondersi dell'e-commerce aumentano le pratiche commerciali scorrette. E' più facile ingannare i consumatori sul web?

Il commercio elettronico è un'opportunità di crescita economica, oltre che un ampliamento delle possibilità di scelta del consumatore. Non va, quindi, demonizzato e occorre non alimentare paure su uno strumento che rappresenta il futuro.

segue a pagina 4

segue a pagina 4



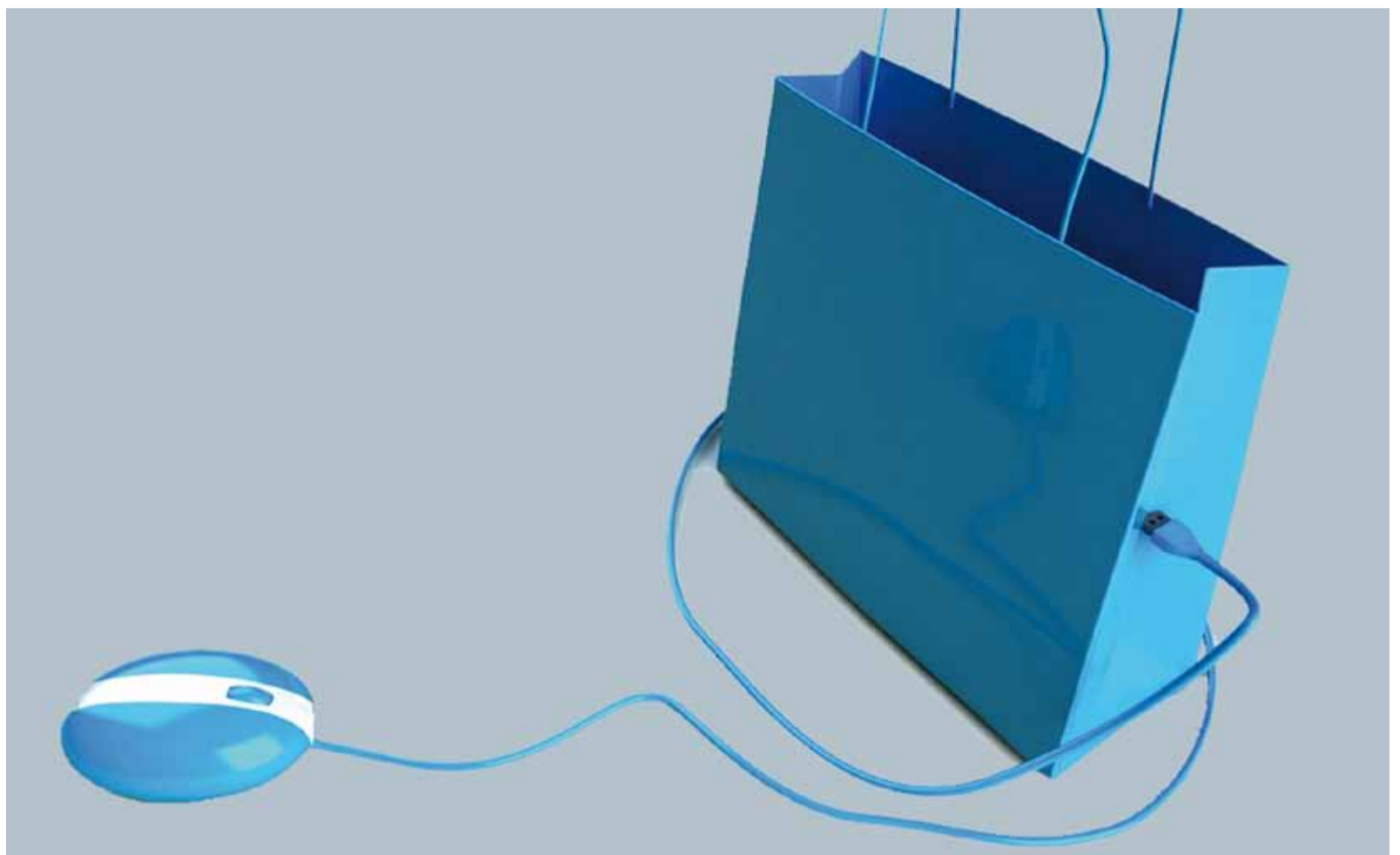
COMMERCIO ELETTRONICO

Acquistare on line è un rischio?

Se si rimane scontenti di spese fatte in Rete o, peggio, se si è stati truffati sul web spesso è più difficile essere risarciti. E per le AACC si apre un nuovo fronte dove affinare gli strumenti di tutela dei cittadini

Dossier a cura di Marco Gagliardi

Sempre più spesso i consumatori, attratti da allettanti sconti e da incredibili promozioni, aderiscono ai gruppi d'acquisto on line (i "social shopping"), oppure credono di aver fatto l'affare dell'anno, strappando sul web contratti vantaggiosissimi a compagnie aeree o navali, banche e assicurazioni, distributori di libri e rivenditori di biglietti. Normalmente sono soddisfatti, ma qualche volta no e si ritrovano vittime di fregature ad opera di soggetti che diventano irreperibili. Evasione fiscale, pratiche commerciali scorrette per prezzi non trasparenti o pubblicità ingannevoli, truffe o semplici inadempimenti contrattuali. Nell'oceano del web, tra onesti commercianti, ci sono anche i furbetti e i truffatori, che sulla "terraferma" del mercato tradizionale, sono più facili da rintracciare, ma in Rete come virtualmente appaiono, tangibilmente spariscono. Insomma, per le associazioni di consumatori un nuovo fronte dove affinare gli strumenti di tutela dei cittadini. L'Antitrust, affiancata dall'Agcom, interviene poi in maniera sempre più frequente nel settore dell'e-commerce. Già nel 2010, ad esempio, per violazioni di maggiore o minore gravità nei confronti di società che hanno richiesto pagamenti per scaricare software gratuiti (è il caso di www.easy-download.info ripetuto in maniera analoga e con dimensioni ancora maggiori nel 2011 dal sito www.programmi-italia.net), che hanno promosso la vendita on line di beni di consumo, in particolare prodotti elettronici e cellulari, fornendo informazioni incomplete rispetto all'effettiva disponibilità dei beni pubblicizzati (caso Negozio 3 sul sito www.tre.it), che hanno omesso di indicare le spese di spedizione, talora significative rispetto al prezzo del prodotto (www.factotus.it), oppure ostacolato la garanzia legale (caso www.dvdprice.it). Nel 2011 l'Autorità ha intensificato l'attività di vigilanza e sanzionatoria, successivamente a segnalazioni che hanno riguardato importanti società che operano da anni nel campo dell'intermediazione di servizi turistici, voli, prenotazioni di hotel e servizi accessori (casi www.opodo.it, www.expedia.it e www.edreams.it) e nella vendite di biglietti per spettacoli (caso www.ticketone.it), responsabili nei confronti dei consumatori per incompletezza dei messaggi pubblicati sui propri siti. Le violazioni ci sono state



anche nella vendita di capi di abbigliamento, come nel caso di "outlet" virtuali che proponevano beni con sconti fino al 70% rispetto ai prezzi di listino, riconducibili a griffe famose, senza poi consegnare la merce pagata. Ora l'Antitrust sta seguendo un nuovo filone d'indagine nell'ambito del social shopping. E' stata infatti recentemente aperta un'istruttoria nei confronti di Groupalia, per scarsa

trasparenza delle informazioni, pubblicità ingannevole e ingiustificati ritardi nella restituzione delle somme. Nel 2011 i gruppi d'acquisto on line hanno generato un volume d'affari di 400 milioni di euro. In particolare Groupalia ha 4 mila partner e 11 mila proposte pubblicate con un fatturato previsto nel 2012 di 100 milioni.

In questo quadro, in un periodo di crisi

come quello che stiamo attraversando, sorge spontanea una domanda: è davvero necessario rischiare di comprare in Rete vestiti, cene al ristorante o prodotti medici, per poi avere a che fare con venditori che spariscono, quando magari basta semplicemente scendere al mercato sotto casa, entrare nei negozi e parlare con commercianti reali? Il gioco vale sempre la candela?

* Italia-programmi.net

Caso recente, esemplare da un lato della potenza ingannevole del web e dall'altro della scarsa incisività degli strumenti di tutela del consumatore, è quello dell'inarrestabile attività di spamming di Estesa Limited, società con sede alle Seychelles, da mesi nel mirino dell'Antitrust, della Procura di Roma e della Polizia Postale. Estesa, tramite il sito www.italia-programmi.net, consentiva agli utenti di scaricare programmi apparentemente in modo gratuito. Il consumatore digitava su Google il nome del prodotto, utilizzando parole chiave come "gratis" e come primo risultato appariva il link di Italia-programmi.

La fase successiva del download consisteva nell'inserimento dei dati personali, senza la successiva richiesta di carte di credito o altre modalità di pagamento. Il consumatore attivava tuttavia inconsapevolmente un contratto di abbonamento di durata biennale, con un costo di 96 euro. Negli ultimi mesi Estesa ha inviato agli utenti tratti in inganno richieste di pagamento tramite bonifico internazionale su un conto presso una banca di Cipro. Le richieste di pagamento, evidentemente ingiustificate e illecite, avevano carattere minaccioso e prevedono l'applicazione di costi aggiuntivi, prospettavano azioni legali presso misteriosi "giudici tributari" o giudici penali, organi inesistenti o non competenti.

A partire dall'estate scorsa si sono occupate del caso la Procura della Repubblica e l'Antitrust. Quest'ultima, dopo aver ricevuto oltre 25 mila segnalazioni, avviava un'istruttoria. Estesa non ha partecipato al procedimento, concluso con la condanna della stessa al pagamento della somma di 1 milione e mezzo di euro. Ma è impossibile sapere quanti consumatori, ingannati dalle richieste della misteriosa società delle Seychelles, hanno pagato alla stessa somme che non saranno recuperabili. Altro problema è il fatto che ancora oggi Antitrust e Autorità di Polizia non sono ancora riusciti a bloccare i pirati delle Seychelles. Le segnalazioni di email di richieste di pagamento continuano infatti ad arrivare e attualmente il sito non è ancora stato oscurato.

COMMERCIO ELETTRONICO

Le garanzie per chi compra in Rete

Gli acquisti su Internet sono regolati da norme e da disposizioni precise. Per il loro rispetto vigilano la Polizia postale, l'Antitrust e le associazioni dei consumatori

La normativa applicabile nel commercio on line ha origine comunitaria dalla direttiva 2000/31/CE ed è stata attuata in Italia con il decreto legislativo 9 aprile 2003 n. 70 che prevede obblighi di informazione a carico del prestatore dei servizi di commercio elettronico.

In particolare nome, denominazione o ragione sociale del fornitore del servizio, i suoi recapiti, i prezzi e le tariffe, i costi di consegna, le imposte devono essere facilmente accessibili e indicati in modo chiaro, comprensibile e inequivocabile, così come devono essere trasparenti le fasi da seguire per la conclusione del contratto e deve essere consentita la memorizzazione e la riproduzione delle clausole e delle condizioni generali di contratto. A seguito dell'ordine, il prestatore del servizio deve inoltrare al consumatore una ricevuta con la quale sono riepilogate le condizioni di contratto, le caratteristiche del bene e del servizio e l'indicazione dettagliata del prezzo, dei mezzi di pagamento, del diritto di recesso e dei costi. Nel commercio on line devono essere inoltre rispettate le disposizioni del Codice del consumo in materia di "contratti a distanza" che prevedono le stesse dettagliate informazioni in materia di commercio elettronico, la conferma scritta delle stesse e un termine entro cui deve essere eseguito l'ordine del cliente ("salvo diverso accordo") fissato in 30 giorni, scaduti i quali il consumatore ha diritto al rimborso delle somme già pagate. Tranne nel caso di fornitura di generi alimentari o di bevande, contratti di trasporto, ristorazione, relativi al tempo libero (quando il professionista si impegna a fornire la prestazione ad una data determinata o in un periodo stabilito), si applica inoltre il diritto di recesso previsto dall'art. 64, da esercitare nel termine di dieci giorni lavorativi decorrenti dalla data dell'ordine o dalla data di ricevimento della merce (sempre se è stata correttamente fornita l'infor-

mazione sul diritto di recesso), senza alcuna penalità e senza specificazione del motivo, tramite l'invio di comunicazione scritta alla sede del professionista mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento, o tramite telegramma, fax, posta elettronica, a condizione che la comunicazione sia confermata mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento entro le 48 ore successive. Anche nel commercio tramite Internet si applicano le disposizioni inderogabili sulla garanzia legale di conformità, per cui il consumatore nel caso di acquisto di beni di consumo, in cui il vizio si manifesti entro il termine di due anni dalla consegna del bene, ha diritto, nei confronti del venditore, alla riparazione del bene rivelatosi difettoso o alla sostituzione se non possibile la riparazione o alla restituzione del prezzo. Trovano inoltre attuazione le disposizioni introdotte nel Codice del consumo a seguito del recepimento della direttiva comunitaria 2005/29/CE, diretta alla repressione generale delle pratiche commerciali sleali e quindi di tutti i comportamenti contrari alla diligenza professionale e idonei a falsare in misura apprezzabile le scelte economiche del consumatore. L'Antitrust ha in molteplici occasioni avviato procedimenti istruttori nel caso di operatori nel commercio on line per pratiche commerciali scorrette, anche e soprattutto grazie alle segnalazioni di consumatori e associazioni. Si applicano gli articoli 33 e ss., introdotti a seguito del recepimento della direttiva 93/13/CEE concernente le clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori, secondo cui sono in particolare illecite le clausole che escludono la responsabilità del gestore del sito in caso di inadempimento, penali di importo eccessivo, deroghe alla competenza del "foro del consumatore" (autorità giudiziaria esclusivamente competente in caso di controversie).



* Movimento Consumatori diffida Groupalia

Nel 2011 i gruppi d'acquisto on line sono passati in un anno da tre a 23 e hanno generato un volume d'affari di 400 milioni di euro. Nel settore spicca Groupalia che stima per il 2012 un fatturato di 100 milioni. Per comprendere le ragioni del successo della società spagnola, abbiamo cercato di utilizzare i concetti tradizionali delle "4 P", le leve coniate negli anni '50 e '60 che determinano il successo di un'impresa, ponendoci alcune domande.

Prodotto. Immagini accattivanti. Sul sito compare ogni tipo di bene e di servizio, in particolare per il tempo libero (viaggi, trattamenti estetici, cinema, ristoranti), ma non solo (smart phone macchine da caffè, tom tom, scope a vapore...). Prodotti e servizi sono descritti grazie ad un'efficace attività di web design e fotografie professionali. Le descrizioni sono però sempre veritiere?

Prezzo. Prendere o lasciare. Il prezzo è chiaramente esposto sul sito ed è evidenziato lo sconto (sempre notevole). La formula dell'acquisto in un breve periodo di tempo spinge il consumatore a concludere l'affare, senza pensarci troppo. Ma i costi di chi offre il servizio o deve consegnare il bene sono sempre coperti? Il partner è sempre in grado di rispettare gli impegni?

Punto vendita. Capillare e a costo zero. Groupalia riceve gli ordini e pagamenti, gestisce solo il portale Internet e il rapporto con i partner. Tutte le altre attività di magazzinaggio e di prestazioni dei servizi sono svolte, a proprie spese, dai 4 mila partner, sparsi ovunque. Groupalia è però in grado di verificare se i partner sono in grado di far fronte alle richieste?

Promozione. A tappeto. Groupalia, immediatamente accessibile tramite i motori di ricerca è onnipresente e pone in essere una forte attività di fidelizzazione, non a favore dei partner, ma di se stessa: è più facile che il consumatore compri un coupon per un altro ristorante su Groupalia, piuttosto che torni dove è già stato... senza lo sconto. Ma la qualità di beni e servizi è garantita?

In questo meccanismo qualcosa che non funziona c'è viste le lamentele degli utenti su Facebook (600 mila circa) e, non a caso Groupalia è oggi sotto la lente dell'Antitrust. E anche del Movimento Consumatori. Infatti, se Groupalia non provvederà all'eliminazione dei comportamenti scorretti, impegnandosi a vigilare sull'adempimento da parte dei propri partners e a rispondere in caso di disservizi nei confronti dei cittadini, MC promuoverà un'azione collettiva inibitoria.

COMMERCIO ELETTRONICO

Truffe e raggiri sul web: meglio prevenirli

Paolo Saba dell'Agcm: "I cittadini possono denunciare all'Antitrust e alle AACC eventuali irregolarità e presunte truffe che hanno subito. Meglio, comunque, informarsi bene prima di comprare beni e servizi in Rete"

segue dalla **prima**

Tuttavia è evidente che, come per qualsiasi vendita a distanza, i rischi di vedere deluse le proprie aspettative in merito all'effettiva natura, qualità o costo del prodotto scelto sono maggiori, così come – talvolta – il rischio di incappare in venditori scarsamente affidabili.

Non è certo casuale che l'Europa abbia sentito l'esigenza, sin dal 2000, di ema-

nare una direttiva ad hoc, recepita anche dal nostro Paese. E solo qualche mese fa è stata approvata una nuova direttiva, che dovrà essere recepita entro il 2013, per rafforzare alcune tutele, prevedendo, ad esempio, termini più lunghi per l'esercizio del diritto al ripensamento e imponendo obblighi stringenti di trasparenza. L'obiettivo è aumentare la fiducia dei consumatori nel commercio

elettronico, per fare crescere gli scambi su quel mercato. Credo che accanto alle norme un ruolo sempre più essenziale spetti all'informazione. In primo luogo per quanto concerne i diritti dei consumatori e le relative modalità di esercizio. Non va poi dimenticato che la Rete è al tempo stesso una fonte formidabile di informazioni utili a evitare acquisti incauti. Questo taglierebbe l'erba sotto i piedi a molte aziende scorrette.

Come si esplica l'attività dell'Antitrust in merito?

L'e-commerce è un settore che monitoriamo con attenzione. L'Autorità ha deliberato molti provvedimenti sanzionatori nei confronti di siti che non offrivano un'informazione chiara relativamente alla disponibilità del prodotto o servizio offerti, o sul costo totale da sostenere, o, ancora, al meccanismo dell'opt-out, che induce ad acquistare in modo inconsapevole servizi aggiuntivi. E' recentissima la decisione, assunta in via cautelativa, di disporre l'oscuramento di un sito attraverso il quale venivano poste in essere pratiche di dubbia correttezza, consistenti nell'invio ai consumatori di merce diversa da quella ordinata o nel mancato riconoscimento dei rimborsi anche nel caso di omessa consegna del prodotto. Si tratta di una misura estrema, resa possibile grazie alla fattiva collaborazione della Guardia di finanza, che può tuttavia servire a rendere effettiva la tutela dei consumatori nella fase del procedimento che porta alla decisione finale.

Nel nostro Paese il livello di informatizzazione è ancora molto basso. La scarsa conoscenza degli italiani delle nuove tecnologie è un fattore di rischio?

Certamente un internauta esperto naviga con maggiore attenzione, riconosce le anomalie che possono rappresentare

un campanello d'allarme. Peraltro anche i navigatori più attenti non possono "salvarsi" da pratiche che rasentano la truffa. Si tratta tuttavia di eccezioni e i consumatori devono sapere che, a fronte di comportamenti scorretti, ci sono istituzioni poste a loro tutela. L'Antitrust sta affilando gli strumenti a sua disposizione per difendere i cittadini, stiamo anche riflettendo su come potenziare la nostra comunicazione sulla Rete proprio per potere mettere in allerta gli utenti su pratiche che hanno un carattere diffuso.

Quali sono gli strumenti per tutelarsi dalle pratiche commerciali scorrette sul web e quali i rimedi possibili per il singolo?

Intanto la denuncia all'Antitrust o alle associazioni dei consumatori che sono i nostri più stretti alleati nella battaglia alle pratiche commerciali scorrette. Se si vuole fare una denuncia direttamente all'Autorità è disponibile sul sito www.agcm.it un modulo da inviare on line, via fax o posta ordinaria, e, in caso di dubbi sulle modalità di compilazione si può chiamare il nostro numero verde 800 166 661. L'altro aspetto sul quale occorre insistere è quello dell'informazione: mai sottoscrivere ordini sul web senza prima avere acquisito notizie sull'azienda che vende il prodotto e il servizio. Tutte le informazioni, anche quelle scritte in caratteri minuscoli, vanno lette. Certo, l'Antitrust può poi intervenire contestando la scarsa trasparenza delle informazioni stesse e sanzionando, ma a quel punto il danno è fatto. Difficilmente il consumatore riuscirà ad avere indietro i suoi soldi, anche se spesso, nel valutare la sanzione da infliggere agli operatori, teniamo conto anche delle misure eventualmente già adottate dall'impresa per eliminare o attenuare gli effetti prodotti dal proprio comportamento illecito. Ma, alla fine, prevenire è meglio che combattere.



editoriale

Ogm, si sa che gli italiani non li vogliono

segue dalla **prima**

Tra le categorie dei produttori agricoli solo Confagricoltura si dichiara aperta al tema, ma non a caso è quella con meno iscritti che tuttavia posseggono mediamente le maggiori superfici coltivate. Per l'Italia, in ogni caso va notato che se anche non ci sono colture Ogm, non è un Paese "Ogm free", poiché la gran parte dei mangimi utilizzati negli allevamenti (salvo quelli biologici) è prodotta a partire da soia e mais geneticamente modificati, importati da Stati Uniti, Canada e America Latina. E infatti da qui deriva il 90% di tutti gli Ogm mondiali. Perfino la Cina, che non gode particolare fama di attenzione nelle produzioni, ha vietato la coltivazione di riso transgenico. Anche l'India ha bloccato le coltivazioni sugli ortaggi, ma rimane l'autorizzazione sul cotone. Per i transgenici, in Europa, la situazione è molto simile a quella

italiana. Un milione di cittadini hanno firmato una petizione di Greenpeace contro gli Ogm e l'iniziativa è stata sottoscritta anche da McDonald's. Il che è tutto dire. Ma se i consumatori non ne sentono il bisogno, perché ogni tanto, qualche personaggio illustre, ripropone il tema? Beni e servizi devono essere realizzati per colui che li acquista. Perché la salute in gioco è quella del consumatore e la produzione non può essere fine a se stessa, ma è destinata al consumatore che non vuole cibi Ogm. Infine, anche l'aspetto scientifico non è consolidato nel senso che non si conoscono le possibili conseguenze sul lungo periodo perché non esistono dati. Più passa il tempo e più si avrà la misurazione storica, ma ad oggi deve essere applicato il cosiddetto principio di precauzione.

Lorenzo Miozzi

MEDIAZIONE OBBLIGATORIA

Fare la pace è più semplice

Dal 21 marzo la mediazione è stata estesa anche alle liti condominiali e ai risarcimenti RC Auto. Trovare un accordo fuori da un'aula di tribunale diventa meno complicato e più "condiviso"

di Alessia Cerchia

A partire dal 21 marzo, la mediazione obbligatoria, introdotta con il d.lgs. n. 28 del 2010, è estesa anche alla materia del condominio e del risarcimento di danni da circolazione di veicoli e natanti. L'estensione avviene a distanza di un anno rispetto all'entrata in vigore dell'obbligo di mediazione per le altre materie previste dall'art. 5 del d. lgs. n. 28 del 2010 secondo il differimento disposto dal d.l. n. 225 del 2010 (decreto mille proroghe), conv. in l. n. 225 del 2010, anche al fine di consentire agli organismi di mediazione di organizzarsi al meglio per far fronte alle richieste dei cittadini. Tre sono stati i criteri utilizzati per individuare le materie sottoposte al tentativo obbligatorio di mediazione. Si sono, anzitutto, individuate le controversie in cui il rapporto tra le parti, logorato dal conflitto, è comunque destinato a proseguire nel tempo, anche dopo la conclusione del procedimento di mediazione o di un'eventuale causa. E' questa l'ipotesi delle liti condominiali, in cui la coesistenza forzosa dei comproprietari rende opportuna, se non necessaria, la ricerca di soluzioni che consentano alle parti, al di là della singola questione, di riprendere a dialogare efficacemente, favorendo il ritorno ad una convivenza positiva. Con il secondo criterio si sono scelte alcune tipologie di controversie rientranti nella materia del risarcimento del danno, dalle quali deriverebbero rapporti particolarmente conflittuali tra le parti, caratterizzati, tuttavia, da ampi spazi di soluzione stragiudiziale. Trattasi proprio delle ipotesi di risarcimento dei danni da circolazione di veicoli e natanti, che più di altre sembrano prestarsi ad un tentativo di conciliazione.

Si è, infine, ritenuto opportuno inserire nella sfera di operatività dell'obbligo di mediazione anche i conflitti derivanti da alcune tipologie di contratto (assicurativo, bancario e finanziario) che, oltre a sottendere rapporti duraturi tra le parti, sono caratterizzati da una diffusione di massa e da una elevata conflittualità. Sui numeri del contenzioso in materia condominiale qualche dato interessante, per quanto non recente, si trova nel Terzo Rapporto Anaci - Censis Servizi, del 2009 ("La vita nei condomini: litigiosità e risparmio energetico"). Dal sondaggio realizzato su 340 amministratori di condominio, in particolare, è emerso come prevalga, all'interno della categoria, l'idea che il fenomeno della litigiosità sia in crescita (ben il 63,4% riteneva che la litigiosità condominiale fosse aumentata nel corso degli ultimi cinque anni, contro il 5%



di coloro che la ritenevano invece diminuita). I motivi di lite sarebbero da ricercarsi, secondo gli amministratori, in un crescente fenomeno di "intolleranza" verso i propri vicini di casa, più che nei conflitti relativi alla gestione del condominio (tra le prime voci in classifica vi sarebbero, infatti, l'uso delle parti comuni dello stabile - quali cortili, androni, terrazze e posti auto - seguito dai fastidi derivanti da rumori molesti). I dati statistici raccolti nel 2007 presso il Tribunale civile di Roma dimostrano, in realtà, come il contenzioso condominiale abbia inciso solo per circa il 4,4% ed il 4,1% sul totale dei procedimenti civili rispettivamente accolti dal Tribunale e dal Giudice di Pace di Roma. Se la stessa percentuale si applicasse al contenzioso legale a livello nazionale, si potrebbe sostenere che nel 2007 i tribunali italiani abbiano accolto circa 106 mila nuove cause di natura condominiale ed i giudici di pace 78 mila, per un totale di 184 mila procedimenti. Sicuramente di maggior impatto risulta il contenzioso rilevabile in materia di RC Auto. Dalla rilevazione Isvap

per il 2010 è infatti emerso che, alla fine dell'anno, le cause civili pendenti, in ogni grado di giurisdizione, erano 295.397, in crescita del 9% rispetto al 2009 ed in aumento anche rispetto al numero di sinistri per l'anno esaminato (17,7% del 2010 rispetto al 15,3% del 2009). In questo quadro si innesta lo strumento della mediazione obbligatoria, caratterizzato da una durata molto contenuta dei suoi procedimenti (massimo quattro mesi), costi ridotti (gratuiti per i cittadini meno abbienti) e riservatezza degli incontri. Con il ricorso alla mediazione le parti in conflitto possono scegliere di sedere attorno ad un tavolo, accompagnate dai rispettivi legali o anche autonomamente, e tentare la riapertura del dialogo e della reciproca comprensione, sotto la guida esperta del mediatore, alla ricerca di una soluzione condivisa della controversia. I cittadini potranno, così, tornare ad essere protagonisti dei conflitti che li vedono coinvolti, contribuendo in maniera determinante alla definizione di una soluzione condivisa, al di fuori delle aule di Tribunale.

La mediazione in pillole

Mediazione e processo

Il tentativo obbligatorio di mediazione è una "condizione di procedibilità della domanda giudiziale". E', cioè, necessario per poter avviare il successivo processo.

Assistenza legale

Davanti al mediatore non è necessaria l'assistenza di un legale, sebbene molti cittadini preferiscano essere accompagnati dal proprio avvocato di fiducia.

Organismi di mediazione

La scelta dell'organismo di mediazione cui presentare la propria istanza può essere compiuta consultando l'elenco degli organismi di mediazione pubblicato e aggiornato dal Ministero della giustizia (www.giustizia.it).

Domanda di mediazione e regolamenti

I modelli per presentare la propria domanda all'organi-

simo di mediazione prescelto sono normalmente reperibili sul relativo sito Internet. Allo stesso modo sono reperibili i regolamenti applicati dai singoli organismi alle proprie procedure di mediazione.

Riservatezza

L'art. 9 del d. lgs. n. 28 del 2010 stabilisce che chiunque partecipi al procedimento di mediazione è tenuto all'obbligo di riservatezza. Ciò permette alle parti di discutere liberamente, tra loro e con il mediatore.

Durata

Il procedimento di mediazione ha una durata non superiore a quattro mesi. Entro 15 giorni dalla presentazione della domanda di mediazione, il responsabile dell'organismo è tenuto a nominare il mediatore ed a fissare la data del primo incontro, dandone comunicazione alle parti.

Costi

I costi della mediazione sono composti da due distinte voci: le spese di avvio e di mediazione. Le spese di avvio sono sempre dovute per un valore pari a € 40+Iva. Per le spese di mediazione, occorre distinguere a seconda che alla procedura partecipi la controparte. Se quest'ultima non si presenta in mediazione, l'istante sarà chiamato a pagare, esclusivamente, la somma di € 40+Iva per controversie fino a € 1.000, di € 50+Iva per tutte le controversie di maggior valore. Qualora l'incontro di mediazione si realizzi in presenza di tutte le parti, le stesse saranno tenute a pagare una somma predefinita dal Ministero in apposita tabella, in modo proporzionale al valore della controversia e con la riduzione di un terzo per le materie oggetto di mediazione obbligatoria.

AUTOBUS PUBBLICI URBANI

Un buon servizio parte dai cittadini

La qualità e l'efficienza, che dall'indagine MC risultano spesso mediocri, si migliorano coinvolgendo i consumatori, come stabilisce l'art. 2, comma 461 della Finanziaria 2008

Autobus in città. Funzionano? Rappresentano una valida e - ormai necessaria alternativa - all'utilizzo dei mezzi privati nelle metropoli congestionate dal traffico e dallo smog? Movimento Consumatori ha realizzato una ricerca monitorando questo servizio pubblico in otto grandi città del nostro Paese: tre del Nord (Torino, Milano e Venezia), due del Centro (Firenze e Roma) e tre del Sud (Napoli, Bari e Palermo). Dall'indagine è emerso che sul fronte dei tempi di attesa si va dai 30 minuti di Bari e di Palermo ai 2 minuti nel centro di Napoli (ma in periferia si aspettano anche 30 minuti per vedere arrivare il proprio autobus).

Generalmente il problema è presente anche nelle altre città, ma con tempi di attesa inferiori: nelle zone centrali gli autobus passano con maggior frequenza (ogni 5 minuti), in periferia si aspetta in media dai 15 ai 20 minuti. Per quanto riguarda l'accesso delle vetture ai disabili, a Palermo il pianale è presente solo in alcune vetture, a Venezia è assente nei mezzi più vecchi (ma quelli in circolazione sono ormai pochi). Nelle altre città è presente, ma i viaggiatori dichiarano di non averlo mai visto in funzione o raramente. L'aria condizionata è in genere presente in tutti i mezzi più moderni e l'età media del parco bus si attesta intorno agli otto anni. Per "anzianità" spiccano Palermo (12 anni) Torino (11) e Napoli (10,5). Sul fronte sporcizia le vetture risultano abbastanza pulite dappertutto, tranne che a Napoli e a Palermo dove i passeggeri reputano il livello d'igiene scarso.

Tirando le somme, cosa lamentano maggiormente i viaggiatori? Il troppo affollamento negli orari di punta, la poca puntualità che costringe a lunghe attese al freddo o sotto il sole cocente (spesso non ci sono pensiline alle fermate), la carenza di corsie preferenziali (che comporta l'incertezza dei tempi di percorrenza). Rimane da chiedersi quanto costa servirsi degli autobus pubblici. Qual è il prezzo dell'abbonamento mensile e del biglietto singolo nelle diverse città oggetto dell'indagine? Prima di fornire i prezzi, una precisazione: gli abbonamenti e i biglietti acquistati permettono di utilizzare generalmente anche i servizi di metropolitana e tram. Per l'abbonamento mensile, si va dai 30 euro di Roma (ma è quasi certo che a giugno 2012 aumenterà di 10 euro) ai 40 di Napoli e di Palermo. A Bari si pagano 33 euro, a Firenze e a Venezia 35, a Torino 38. A Milano l'abbonamento costa 30 euro, ma ci si trova di fronte alla particolarità di dover fare una tessera elettronica che ha un costo di emissione di 10 euro e vale 4 anni. Il prezzo del singolo biglietto va dai 0,90 centesimi di Bari a 1,50 di Milano, Torino e Roma (nella Capitale attualmente costa 1 euro, ma sempre da giugno 2012 sembra che sia previsto l'aumento. Andranno ad aumentare però anche i minuti di validità: da 75 a 100).

"Le carenze che lamentano i cittadini - dice Lorenzo Miozzi, presidente MC - sono molte: autobus sovraffollati su cui è impossibile salire e che costringono ad aspettare l'arrivo di un altro bus, creano disagi e ritardi per chi deve recarsi al lavoro e a scuola. Il traffico poi diventa una croce inevitabile vista l'insufficienza di corsie preferenziali". Movimento Consumatori da diverso tempo cerca di porre l'attenzione sulla mancata applicazione dell'art. 2, comma 461 della Finanziaria 2008 (L. n. 244/2007). Una norma che decreta la fattiva partecipazione dei consumatori e degli utenti,

attraverso le associazioni di consumatori, in materia di funzionamento e controllo della qualità dei servizi pubblici locali. "La criticità principale - spiega Miozzi - è la scarsa conoscenza da parte delle amministrazioni pubbliche locali della norma, inoltre le amministrazioni che hanno iniziato ad applicarla lo fanno in maniera blanda e in gran parte limitata alla consultazione da parte delle associazioni di consumatori.

Un altro punto debole è la diffidenza, a consentire alle

associazioni, la partecipazione al monitoraggio della qualità dei servizi pubblici locali che per noi rappresenta un punto fondamentale. In questo quadro, la prospettiva è naturalmente promuovere l'attivazione delle associazioni, in modo che possano collaborare per ottenere qualità del servizio, universalità e economicità. Dare voce ai consumatori è essenziale per offrire un servizio a misura di cittadino".

A.C.

Città	Abbonamento mensile in euro	Prezzo biglietto singolo in euro	Durata del biglietto in minuti	Tempo medio di attesa in minuti	Accesso disabili, presenza pianale ribassato	Aria condizionata	Livello pulizia delle vetture	Età media in anni parco vetture
Bari	33	0,90	75	30 - nessuna differenza tra centro e periferia	sì	sì, solo sui mezzi più moderni	buono	7,3
Firenze	35	1,20	90	15	sì	sì	appena sufficiente	7
Milano	30 più tessera elettronica di 10 euro, vale 4 anni	1,50	90	Tra i 5 e i 20 - nessuna differenza tra centro e periferia	sì	sì, soltanto sui mezzi più moderni	buono	6,5
Napoli	40	1,20	90	Il centro è servito ogni 2 minuti. In periferia 30	sì	sì, soltanto sui mezzi più moderni	scarso	10,6
Roma	30 - da giugno 2012, 40 (non c'è comunicazione ufficiale)	1 - da giugno 2012, 1,50 (non c'è comunicazione ufficiale)	75 - da giugno 2012, 100 minuti (non c'è comunicazione ufficiale)	10 in centro - 20 in periferia	sì	sì, su maggioranza dei mezzi	sufficiente	8,5
Palermo	40	1,30	90	30 circa - in centro un po' meno	presente solo in alcuni	sì, soltanto sui mezzi più moderni e più piccoli	scarso	12
Torino	38	1,50	90	Dai 5 ai 15	sì	sì	buono	11
Venezia	35	1,30 - se acquistato a bordo 2,50	75	5-8 in centro, 15-20 in periferia	sì, tranne nei mezzi più vecchi	sì	sufficiente	8,7

CREDITO & RISPARMIO

Educare, conviene

Una scarsa cultura finanziaria espone i cittadini a operazioni rischiose per l'eccessiva disinvoltura degli intermediari o a trovarsi in situazioni di sovraindebitamento

Si stima che su circa 800 milioni di poveri al mondo che hanno accesso ai servizi finanziari, solo il 25% dispone di conoscenze adeguate. Rimane quindi un 75% che prende decisioni finanziarie senza essere informato in modo corretto. I dati sono dell'ultima indagine elaborata da Citi Foundation. In questo contesto l'Italia non è certo tra gli esempi più virtuosi. Siamo tra i Paesi con il più basso livello di alfabetizzazione finanziaria. Lo dicono le statistiche.

Secondo la classifica del World Competitiveness Index 2011 dell'International Business School IMD, ad esempio, il nostro Paese, è solo 44esimo per la diffusione di educazione finanziaria.

Il basso livello di formazione su questi argomenti riguarda non solo la diffusione generale della cultura finanziaria tra la popolazione, ma anche la formazione in campo economico e finanziario. Secondo il Global MBA Rankings 2011, realizzato dal Financial Times, ci sono solo due rappresentanti italiane tra le prime 100 scuole che si occupano di formazione, business e finanza al mondo (SDA Bocconi al 28esimo posto, che recupera ben 7 posizioni, e Politecnico di Milano School of Management al 96esimo).

Anche le indagini restituiscono una fotografia desolante della cultura finanziaria nostrana. Una recente indagine Doxa ha rilevato che il 50% di giovani compresi tra i 18 e i 29 anni non sa che cosa è un'obbligazione, e il 42% associa la Borsa a una scommessa mentre l'83% degli intervistati non sa orientarsi nel risparmio gestito.

Molto diffusa è invece la disinformazione. L'82% infatti, dedica non più di un'ora alla settimana a informarsi sull'economia e gli investimenti e, in generale, i risparmiatori preferiscono scegliere su suggerimento di qualcuno o non farlo proprio, delegando a qualcun'altro, piuttosto che scegliere in maniera informata e consapevole.

"La scarsa cultura finanziaria è un problema che deve essere considerato una priorità per il Paese - afferma Lorenzo Miozzi, presidente del Movimento Consumatori - I cittadini, che sempre più utilizzano gli strumenti finanziari per le attività quotidiane, dal credito al consumo al mutuo per la casa, rischiano infatti di trovarsi coinvolti in operazioni rischiose per l'eccessiva disinvoltura degli intermediari o di trovarsi in situazioni di sovraindebitamento. Serve quindi uno sforzo di tutti i soggetti coinvolti dalle scuole alle associazioni. E' preoccupante, infatti che i giovani compresi fra i 18 e i 29 anni non mostrino interesse per le tematiche in questione".

Sempre secondo l'indagine Doxa, oltre il 50% degli intervistati si colloca nei due gradini più bassi per quanto riguarda l'interesse verso gli argomenti di natura economica, e solo il 3% si dichiara molto interessato. La situazione è ancora peggiore se consideriamo l'interesse verso il mondo della finanza (mercati, Borsa, investimenti), forse anche per la maggiore complessità degli argomenti: il 67% si dichiara poco interessato e solo il 2,5% molto.

Senza una corretta formazione, anche le norme a tutela degli investitori, perdono gran parte della loro efficacia. Gli strumenti informativi messi in campo dalla legislazione italiana e comunitaria (che impone alle banche e agli intermediari in generale di comunicare alcune informazioni ai consumatori) si risolvono



in numerosi documenti che però, in mano a chi non ha le basi per comprenderli perdono evidentemente il loro valore. Di conseguenza i consumatori, anche se "correttamente" informati, attuano scelte non razionali non avendo il bagaglio di competenze e conoscenze necessario.

"Serve quindi un cambio di impostazione di fondo che non può non passare per una modifica normativa. Nonostante i dati dimostrino già da molti anni come sia necessario un intervento in materia di educazione finanziaria - dice Miozzi - siamo ancora in attesa che il Parlamento emani una legge che faccia chiarezza sul punto".

Sono infatti cinque i disegni di legge presentati nel tempo sul tema, unificati lo scorso anno in un disegno di legge ancora fermo presso la Commissione Industria del Senato, concordi nell'affermare la necessità di avviare un processo formativo che elevi la financial capability dei nostri connazionali.

L'obiettivo principale è creare un sistema di coordinamento delle varie iniziative di educazione finanziaria che faccia capo agli attori del sistema economico finanziario italiano (le istituzioni politiche e quelle finanziarie) anche con il contributo delle associazioni di consumatori.

* Le iniziative di MC

Movimento Consumatori aderisce al Consorzio PattiChiari e attua diverse campagne di informazione per i cittadini sugli strumenti finanziari.

Attraverso la diffusione dell'educazione finanziaria PattiChiari aiuta i consumatori a prendersi cura del proprio denaro e a far scelte consapevoli in materia economico-finanziaria.

Per questo il Consorzio promuove iniziative di carattere formativo e informativo per aiutare tutte le persone, di qualunque età e fascia socio-culturale, a gestire al meglio il proprio denaro e il rapporto con la propria banca.

Anche quest'anno MC nell'ambito del progetto "Mettiamo in comune l'educazione finanziaria", in collaborazione con il Consorzio, realizzerà degli incontri formativi dedicati alla popolazione adulta sulle seguenti tematiche: bilancio familiare e rischio di sovraindebitamento; servizi bancari e pagamenti; rapporto con la banca; risparmi e investimenti.

L'educazione sui temi finanziari è stata anche parte integrante del programma dell'Università dei Consumatori che MC ha attivato in tutta Italia nel 2011 coinvolgendo i cittadini sia con lezioni frontali sia con modalità interattive. Per ulteriori informazioni sulle attività in tema di educazione finanziaria dell'associazione si può visitare il sito www.movimentoconsumatori.it.

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



La crisi si vince con la lotta all'evasione fiscale e più equità sociale

di Gustavo Ghidini*

Combattere l'evasione fiscale ha risvolti sia sociali sia economici. Da un lato c'è l'impatto sulle finanze pubbliche derivante dal recupero di quei 120 miliardi di euro (che, a seconda delle stime possono arrivare anche a 180) che costituiscono il mancato incasso dello Stato ogni anno a causa dell'evasione. Dall'altro c'è il recupero di una regola di convivenza civile, prima che norma costituzionale, secondo cui tutti sono tenuti a concorrere alle spese pubbliche in ragione della loro capacità contributiva. In questa fase di crisi e di sacrifici che colpiscono soprattutto le famiglie e, a cascata, i consumi, con incidenza negativa sia sulla vita dei singoli sia sull'economia, è necessario, più che in passato, contemperare le diverse esigenze di far quadrare i conti e di reintrodurre meccanismi di equità. E' evidente che l'intensificazione della lotta all'evasione non può quindi tradursi solo in maggiori entrate per lo Stato senza alcuna ricaduta positiva, se non indiretta, per i cittadini. Serve prevedere una destinazione che abbia una finalità sociale importante e al contempo non incida negativamente sulla situazione economica. Si potrebbe, ad esempio, evitare o ridurre l'impatto del prossimo aumento dell'Iva sui consumi essenziali e quotidiani. Il Governo ha, infatti, previsto l'aumento per il prossimo autunno. Per i beni che oggi vengono tassati al 10% si dovrebbe passare al 12%

mentre i beni che oggi hanno la tassazione al 21% potranno salire fino al 23%. La decisione è chiaramente subordinata alla verifica della situazione in cui si troveranno a settembre i conti pubblici. In attesa di altre misure queste risorse possono essere trovate proprio dalla lotta all'evasione: il dato sul recupero derivante dalla lotta all'evasione per il 2011 è pari a circa 12 miliardi di euro e il beneficio per le casse dello Stato derivante dal prossimo aumento dell'Iva è pari a circa 4 miliardi. I conti non sono così semplici dovendo calcolare altre variabili, ma le risorse sembrerebbero esserci. Comunque l'annullamento degli aumenti sui beni di prima necessità o una sua netta riduzione sarebbe un segnale di equità oltre che un aiuto diretto ai cittadini e anche, indirettamente, un sostegno all'economia. Parlando invece di quelle misure strutturali che dovranno essere destinate a ridurre la pressione fiscale ragionando sul lungo periodo, grande fiducia è riposta nel lavoro del ministro Giarda nella definizione della spending review attraverso il taglio delle spese pubbliche parassitarie come le prebende parlamentari, le assemblee degli enti locali e le spese rinviabili (come l'acquisto di aerei da combattimento). Altrimenti, senza annullare il deficit spending, sarà come riempire la parte superiore della clessidra. Forza Giarda!

*presidente onorario del Movimento Consumatori

* Ripensare la salute

Allergie da polline: un aiuto dall'omeopatia

Nella prevenzione e nella cura dei sintomi della pollinosi, i medicinali omeopatici possono rappresentare una valida scelta terapeutica, a cominciare dalla fase preventiva. La cura va iniziata almeno due mesi prima del previsto periodo delle manifestazioni acute. In questo caso andranno assunte diluizioni omeopatiche del polline cui il soggetto risulta allergico. La posologia è di 5 granuli al giorno in diluizione 9 CH. In commercio, esistono delle specialità utili per il soggetto allergico ai pollini di più piante: fra queste, c'è un medicinale contenente pollini di Gramigna, Erba mazzolina, Nocciolo, Betulla bianca, Parietaria, Artemisia, Ambrosia diluiti alla 30 CH; va assunto circa un paio di mesi prima della pollinazione nella posologia di 5 granuli, 1-2 volte a settimana. Alla comparsa dei primi sintomi, suggerisco di assumere un medicinale contenente sei medicinali omeopatici: Allium cepa (5 CH), Ambrosia artemisiaefolia (5 CH), Euphrasia officinalis (5 CH), Histaminum muriaticum (9 CH), Sabadilla officinarum (5 CH) e Solidago virga aurea (5 CH). Poiché ogni componente ha un'azione specifica sui sintomi dell'oculorinite allergica, l'associazione di questi medicinali risulta benefica per questo tipo di affezione. Per quanto riguarda la rinorea, si parte con un'assunzione frequente (anche ogni ora) e si riduce la frequenza di assunzione. In caso di rinorea non irritante può essere utile assumere 5 granuli ogni ora di Sabadilla 9 CH. In caso di rinorea bruciante si possono assumere 5 granuli ogni ora di Allium cepa 9 CH. Per il naso chiuso, uno dei medicinali più indicati è Sticta pulmonaria 9 CH, da assumere ogni sera. In caso di starnuti frequenti, è indicata Nux Vomica 9 CH, 5 granuli ogni ora, eventualmente associata a Histaminum 9 CH, allo stesso dosaggio. Per il naso colante con bruciore e starnuti, consiglio Allium Cepa 5 CH e Arsenicum Album 9 CH. Se alla rinite si associa congiuntivite consiglio un collirio omeopatico a base di Euphrasia officinalis e Chamomilla vulgaris.

Attilio Speciani
allergologo, esperto in omeopatia

* Consumers' web



Usi&Consumi è il canale di Kataweb dedicato al consumatore e ai suoi diritti. Su Usi&Consumi si trovano guide all'acquisto, consigli e notizie sulle più importanti tematiche che interessano i cittadini: dall'energia all'ambiente, dal risparmio agli alimenti, dalla telefonia alle assicurazioni. Tra le rubriche presenti sul portale segnaliamo "L'esperto risponde", un utile servizio che permette ai consumatori di porre domande di quotidiana utilità ad avvocati e commercialisti che rispondono su argomenti come affitti e condominio, diritto di famiglia, acquisti e garanzia, diritto di recesso, questioni fiscali e contabili.

<http://canali.kataweb.it/kataweb-consumi>

tra le righe di Lorenzo Miozzi

Marketing e capitalismo: due mostri del nostro tempo

Se cercate risposte ai quesiti più frequenti sul mondo ambiguo del marketing le troverete in questo libro di Andrea Payaro che ha raccolto studi sull'argomento di letteratura affermata e riconosciuta a livello internazionale. Le strategie del marketing sono scandagliate e le curiosità più comuni soddisfatte: acquistiamo spinti da messaggi subliminali o occulti? Come si crea un prodotto che risponde alle esigenze di mercato? Il successo di un brand si crea a tavolino? E le cosiddette offerte sono veramente delle occasioni da non perdere o abituali e ormai consolidati "specchietti per le allodole"? Si sa, le metodologie pubblicitarie risultano nei nostri tempi sempre più aggressive ed è necessario soffermarsi anche su quali strumenti ha a disposizione il consumatore per difendersi dalle strategie del marketing.



Andrea Payaro
Si salvi chi può... dal marketing e dalle sue strategie
Aras edizioni
153 pagine - 18,00 euro

Tutti la stanno vivendo e ne stanno pagando - chi più, chi meno - le conseguenze, ma da dove viene questa crisi?

Cosa sta realmente accadendo alla nostra società e alla nostra economia? A queste domande cerca di dare risposta l'autore, analizzando le tappe che hanno segnato l'affermazione dell'ideologia neoliberista che da trent'anni governa l'economia del nostro pianeta. Toussaint pone l'accento sulle responsabilità del capitalismo finanziario e sulla necessità di interrompere la strada del "culto feticista del mercato", lo spesso percorso che ha generato la crisi economica attuale e che non è in grado di indicare soluzioni adeguate per uscirne.



Un libro per capire le cause del periodo che stiamo attraversando e che lucidamente indica quello che non bisognerebbe più fare.

Eric Toussaint
Da dove viene la crisi?
Edizioni dell'Asino
144 pagine - 13,00 euro

Consumers' notizie

SMALTIMENTO RIFIUTI

Tarsu, Tia, comunque tasse

Il servizio di smaltimento dei rifiuti solidi urbani, è servizio pubblico, un onere a carico dei Comuni che riscuotono poi dai cittadini il corrispettivo, fino al '97 come Tarsu (Tassa di smaltimenti rifiuti solidi urbani). In quanto "tassa" era di fatto una forma di compartecipazione da parte dei cittadini, con un massimo previsto di almeno il 70% rispetto alle spese sostenute. Sostanzialmente per la Tarsu, valevano i regolamenti comunali che il più delle volte prevedevano un calcolo direttamente proporzionale al numero di metri quadri delle superfici utilizzate, indipendentemente dalla quantità di rifiuti prodotti e dal numero di abitanti dell'appartamento. Con il decreto Ronchi si passa di fatto a un calcolo diverso, passando da tassa a tariffa di igiene ambientale, la cosiddetta Tia.

In un primo momento era previsto che la quasi totalità dei Comuni dovesse procedere al passaggio entro dicembre 2006, ma le leggi finanziarie del 2007 e del 2008 hanno congelato i termini decretando che i Comuni dovessero mantenere, fino a tutto il 2009, lo stesso sistema di tassazione del 2006.

Nel frattempo è intervenuto a ridefinire la Tia, il cosiddetto "decreto ambientale", D.lgs. 152/2006, che ad oggi manca ancora del regolamento attuativo. I passaggi sono stati sospesi in attesa di questo decreto che consentisse ai Comuni di adottare la Tia secondo le nuove disposizioni. L'ultimo termine a partire dal quale i Comuni avevano facoltà di adottare la Tia in base alle "vecchie" leggi vigenti, in mancanza del suddetto decreto attuativo che dia lumi sulla determinazione di componenti e costi della nuova tariffa, veniva prorogato al 30 giugno 2010. In pratica i comuni che avevano deciso di mantenere

in vita la Tarsu fino ad allora, dal 1° gennaio 2011 avrebbero dovuto passare al regime di Tia. Situazione a tutt'oggi totalmente disattesa dalla maggior parte dei Comuni. Si è quindi creata una situazione dove continuano a convivere il vecchio e il nuovo sistema. Vediamo, in pratica, cosa cambia per i contribuenti che risiedono nei comuni dove la Tia è già stata introdotta. La principale differenza riguarda il metodo di calcolo, che prevede l'uso, oltre a dati fissi come la superficie dell'immobile (Tarsu), di parametri più variabili come il numero degli occupanti l'immobile e l'effettiva produzione di rifiuti. Gli addebiti, pertanto, dovrebbero risultare più equi e meno gravosi per le famiglie numerose che abitano immobili di dimensioni ridotte. Le tariffe e le agevolazioni continuano ad essere determinate dai Comuni, nel rispetto delle regole e dei metodi di calcolo fissati dalla legge. Cambia la gestione, che diventa esterna con ovvie conseguenze negative sui costi. Un altro principio che pesa sulla Tia è che essa deve, per legge, coprire il 100% dei costi del servizio, mentre per la Tarsu parte di essi erano coperti, nel bilancio comunale, da entrate diverse. Chiarite le differenze sulle modalità di applicazione della Tarsu rispetto alla Tia, la sentenza della Corte Costituzionale chiarisce in modo definitivo che su quest'ultima non vada calcolata l'Iva. Si apre dunque una stagione di ricorsi da parte dei singoli cittadini per recuperare l'Iva al 10% pagata negli ultimi cinque anni. Adesso cosa si fa? La situazione si complica perché il ricorso va fatto contro l'ente o l'azienda titolare del servizio che ha riscosso la Tia individuando bene quale sia il soggetto o i soggetti cui chiedere il rimborso, tenendo conto che negli ultimi



anni le autorità d'ambito hanno cambiato connotazione, hanno modificato il loro riferimento territoriale (molti Ato sono stati accorpati) e ragione sociale. Bisogna fare il calcolo dell'Iva versata negli anni, corredando la pratica di rimborso di tutte le ricevute. Ma l'Iva è una tassa che viene versata allo Stato. Saranno pertanto in grado gli enti o le aziende di restituire il "maltolto"? E' prevedibile che a fronte di una richiesta si possa ricevere una risposta "pilatesca" legata al fatto che l'Iva è una tassa riscossa per conto dello Stato e che quindi la richiesta non possa essere accolta dal Gestore che non è più possessore di quelle somme. Ciò costringerà il cittadino a far ricorso alle commissioni tributarie provinciali o ai giudici di pace. Vale la pena però considerare che alla fine della fiera, la questione possa essere avviata più per questioni di principio che per un rimborso consistente di somme, che per una famiglia media non possono superare prevedibilmente i 200 euro. Storia diversa è per le grandi strutture che avendo versato somme più consistenti possano agire per un recupero di cifre decisamente più consistenti.

Rossella Miracapillo
segretario generale Movimento Consumatori

* Consumers' Europa

Etichettatura energetica: l'Italia è indietro

La Commissione europea ha recentemente inviato a Italia, a Cipro e Romania un "parere motivato" per sollecitare i rispettivi governi ad accogliere al più presto le norme comunitarie sulle nuove etichette energetiche. Sono stati dati due mesi di tempo per adempiere agli obblighi giuridici prima che la Commissione decida di rivolgersi alla Corte di giustizia europea, davanti alla quale l'Italia rischia di essere condannata al pagamento di una multa salata. La decisione di spedire un secondo avvertimento formale dopo l'apertura della procedura d'infrazione, spiega la Commissione Ue, è legato al fatto che, "nonostante le lettere di costituzione in mora, luglio 2011, i tre Paesi non hanno ancora comunicato di avere pienamente recepito la direttiva Ue nel loro ordinamento nazionale". Il riferimento è alla direttiva del 2010 sull'etichettatura energetica degli elettrodomestici. La Commissione ricorda che l'etichettatura energetica degli elettrodomestici rappresenta "un sistema di riferimento chiaro sulle caratteristiche dei prodotti che può rivelarsi utile anche per le imprese private nella loro attività promozionale". Per l'Unione inoltre è fondamentale anche per raggiungere l'obiettivo di ridurre del 20% le emissioni di gas ad effetto serra rispetto ai livelli del 1990 e a tagliare entro il 2020 del 20% il consumo di energia attraverso una maggiore efficienza energetica. Secondo le stime, grazie alle etichette energetiche finora si sono risparmiati fino a 50 TWh l'anno di elettricità, equivalenti ai consumi totali del Portogallo. Con l'ultima direttiva si potrebbe ancora migliorare, perché verrebbero introdotte etichette ancora più comparative sul consumo di energia degli apparecchi. Ciò dovrebbe favorire l'acquisto dei prodotti più efficienti, promuovendo di pari passo l'attività di ricerca e sviluppo delle aziende verso la riduzione dei consumi. Per la Commissione, europea, quindi, "fornendo ai consumatori informazioni comparative sui consumi, l'etichetta energetica aiuta ad assumere decisioni che consentono di risparmiare energia e denaro, oltre ad incoraggiare i produttori a sviluppare prodotti caratterizzati da un buon grado di efficienza energetica".

Sonia Chilà

* Dalle sezioni

Milano

SOS mutui e prestiti

Sempre più consumatori si rivolgono allo sportello di Milano per assistenza sulle questioni finanziarie legate al bilancio familiare. Per tutelare chi è in difficoltà a far fronte alle rate del mutuo, di un prestito o di un finanziamento di credito al consumo è nato il nuovo sportello dedicato "SOS mutui e prestiti". "Esistono molti strumenti per rinegoziare i mutui, sospendere le rate o trovare accordi con le banche o le società di recupero credito, ma molto spesso i consumatori non lo sanno e il rischio del sovraindebitamento e del conseguente ricorso all'usura è dietro l'angolo - afferma Maria Cristina Osnaghi di MC Milano - Lo sportello si occupa di individuare la soluzione migliore e accompagnare il consumatore nel percorso di risanamento della situazione debitoria; lo sportello propone anche un'attività di prevenzione consigliando il cittadino che si trova in procinto di affrontare l'impegno di un mutuo o di un prestito".

milano@movimentoconsumatori.it

Venezia

La Notte Verde del Nordest

Movimento Consumatori Venezia parteciperà a "La Notte Verde del Nordest", una lunga serata nel segno della sostenibilità, che il 5 maggio 2012 metterà in connessione città e quartieri dell'area metropolitana tra Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia. Dal tardo pomeriggio a notte fonda le città saranno teatro del confronto tra cittadini, istituzioni e imprese sui progetti realizzati e sulle nuove prospettive della green economy e della green society.

Molte le città che - contemporaneamente - si accenderanno di verde nelle piazze, negli impianti industriali, nei luoghi culturali del Nordest, dove sono attese 200 mila persone, per dare vita alla più grande manifestazione europea nel suo genere. Sarà una importante occasione per discutere e sensibilizzare su tecnologie pulite ed energie alternative, mobilità e gestione dei rifiuti e altro ancora.

venezia@movimentoconsumatori.it

Roma

Friendly Games

Il gioco è l'attività principale del bambino, ma spesso i giocattoli, soprattutto a causa della diffusione del fenomeno della contraffazione, possono nascondere insidie e pericoli per la sicurezza e l'incolumità dei più piccoli. Un'attenta lettura delle etichette da parte dei genitori può essere di grande aiuto nella scelta di un giocattolo sicuro. Il progetto "Friendly Games", finanziato dalla Regione Lazio, ha quindi l'obiettivo di aiutare i consumatori a fare scelte d'acquisto sicure e consapevoli, fornendo gli strumenti conoscitivi per evitare anche le insidie dei prodotti contraffatti e illegali. Oltre alla attività di informazione nelle piazze, nelle scuole materne e nelle ludoteche, dove saranno coinvolti in particolar modo genitori ed educatori, sarà svolta un'indagine sulla conformità dei giocattoli venduti nelle principali città della Regione Lazio.

roma@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative

LA NUOVA CAMPAGNA DI TEVA INSIEME A MOVIMENTO CONSUMATORI

Malattie cardiovascolari: più informati, più sani

Anche quest'anno Movimento Consumatori rinnova la sua collaborazione con Teva Italia per informare i cittadini in tema di farmaci e di salute. In considerazione infatti della positiva esperienza realizzata insieme a Teva nel progetto educativo "Equivalente, conosci e scegli i farmaci equivalenti", MC si impegna per l'anno 2012, in una campagna nazionale per la promozione di stili di vita salutari e la prevenzione cardiovascolare.

Ogni anno le malattie cardiovascolari uccidono più di 4,3 milioni di persone in Europa e sono causa del 48% di tutti i decessi (54% per le donne, 43% per gli uomini).

In Italia, le malattie cardiovascolari rappresentano ancora la principale causa di morte, essendo responsabili del 44% di tutti i decessi (fonte: Centro Nazionale di Epidemiologia, Sorveglianza e Promozione della Salute - ISS - aggiornamento del 24/06/2008).

Per dare consigli sulla prevenzione e sulla corretta gestione dei farmaci, accanto agli incontri classici, realizzati nelle piazze, nei consultori o nei centri anziani, saranno organizzati, in collaborazione con scuole di cucina locali, delle "lezioni di cucina salutare", che seguiranno il ricettario dell'agenda 2012 di Teva.

L'eccesso di peso è uno dei fattori che aumentano il rischio di ipertensione, di ipercolesterolemia, di diabete e di ictus. Per stare bene non è necessario stare "a dieta" per tutta la vita, ma essere dei "mangiatori intelligenti e soddisfatti", evitando porzioni eccessivamente abbondanti di primi e secondi piatti e cercando di consumare almeno sei porzioni di verdura e frutta al giorno.

Gli incontri e le lezioni di cucina avranno luogo nelle principali città italiane da



maggio a novembre 2012. Il calendario sarà pubblicato sul sito Internet www.movimentoconsumatori.it.

Ulteriore strumento importante della campagna rimane il sito www.equivalente.it. Sul portale, interamente dedicato alla conoscenza del farmaco equivalente, è possibile trovare notizie utili e aggiornamenti, scaricare materiale informativo, partecipare a giochi e a quiz sui medicinali equivalenti ed essere sempre aggiornati su tutti gli appuntamenti della campagna.

Dal sito è accessibile anche WikiPharm, un utile database che offre delucidazioni su un grandissimo numero di farmaci e di dispositivi medici.

Consente infatti di trovare tutte le informazioni relative ai medicinali, i principi attivi, le possibili interazioni con altri medicinali e i farmaci equivalenti.

In particolare, con WikiPharm è possi-

bile confrontare i prezzi dei medicinali di marca e di quelli generici, scoprendo quanto è possibile risparmiare, ottenere informazioni dettagliate sulle interazioni e visualizzare l'intera monografia ufficiale, l'indicazione del tipo di ricetta necessario, la casa farmaceutica, il singolo prezzo del farmaco.

Nel dettaglio

La campagna nazionale per la promozione di stili di vita salutari e per la prevenzione cardiovascolare, promossa da Teva insieme a Movimento Consumatori, prevede una serie di incontri informativi e lezioni di cucina "sana".

Luoghi di queste iniziative saranno le principali città italiane in un periodo compreso tra maggio e novembre 2012. Il calendario degli appuntamenti sarà pubblicato sul sito Internet www.movimentoconsumatori.it.

* Dire, fare, riciclare

E' primavera. Ritorna "RicicloAperto"

Come si riciclano la carta, il cartone e il cartoncino? Che fine fanno migliaia di giornali, sacchetti e scatole che ogni giorno vengono raccolti dai cittadini in modo differenziato? L'iniziativa "RicicloAperto", giunta all'11esima edizione, vuole dare una risposta a queste domande mostrando ai cittadini, al mondo dell'informazione, ai rappresentanti delle istituzioni e dell'industria e agli operatori del settore la realtà del riciclo dei materiali a base cellulosa. Una realtà fatta di cartiere, aziende cartotecniche e piattaforme di selezione che ogni giorno ricevono carta, cartone e cartoncino e li riportano a nuova vita. Cosa fa una cartiera? E una cartotecnica? Ma la piattaforma che cosa seleziona? Ecco un'anteprima alla visita agli impianti. Piattaforma di selezione: impianto nel quale gli operatori eliminano il materiale estraneo. La carta selezionata viene pressata e legata in balle per ottimizzarne la movimentazione e il trasporto. La piattaforma di selezione trasferisce il materiale celluloso alla cartiera. Cartiera: qui si ricicla il macero proveniente dalla raccolta differenziata. Avviando il macero prima al pulper che lo spappola e poi alla macchina continua per ridargli la forma originaria, la cartiera produce bobine. Le ribobinatrici e le taglierine producono rotoli o formati di varie misure che le cartiere forniscono su ordinazione alle cartotecniche. Cartotecnica: negli scatolifici carta, cartone e cartoncino vengono trasformati in molti altri oggetti; ma non solo: si studiano soluzioni rispettose dell'ambiente e gli scarti di lavorazione vengono rinviati a loro volta in cartiera. Dal 19 al 21 aprile in tutti gli impianti che aderiscono all'iniziativa. Per prenotarsi è necessario contattare la segreteria allo 06 809144217.8 o 9 o scrivere a ricicloaperto@add-on.it.

www.comieco.org



FOCUS FAIRTRADE

Grazie a tutte le mamme con una rosa speciale

Forse molti non lo sanno, ma la maggior parte delle rose vendute in Italia non proviene dalle nostre Riviere. Sono in larga parte importate dal Kenya, dove la produzione di fiori, il più grande settore economico dopo il turismo e la coltivazione del tè, ha spesso gravi implicazioni ambientali e sociali. Le condizioni di lavoro sono molto dure e l'utilizzo di pesticidi e diserbanti (fino a 80 passaggi chimici, dal trattamento del suolo all'impacchettamento) produce gravi danni all'ambiente e alla salute dei lavoratori. Anche le rose certificate Fairtrade provengono dal Kenya, ma i produttori che operano nel circuito del commercio equo certificato usano tecniche di pro-

duzione sostenibili, sono remunerati equamente, vedono i loro diritti rispettati, hanno la garanzia delle tutele sindacali e contratti di lavoro. Ai produttori, oltre al prezzo equo e stabile per le rose, il sistema Fairtrade assicura un margine aggiuntivo (il Fairtrade premium) da investire in progetti di sviluppo destinati alle comunità di appartenenza. Grazie al Fairtrade il villaggio dove si trova Ravine, una delle piantagioni di rose che lavora nel circuito del commercio equo certificato, si è arricchito di una scuola materna, una biblioteca con un laboratorio di computer, un centro ricreativo che ospita una piccola sartoria. I lavoratori inoltre possono accedere ad un fondo

per l'educazione che offre in prestito denaro ad un tasso dello 0% per finanziare la propria educazione o quella dei familiari, in particolare dei figli, consentendo loro di frequentare buone scuole secondarie e assicurarsi un futuro migliore. Per raccontarci i benefici del Fairtrade verrà in Italia dal 5 al 15 maggio Grace Mwangi, una lavoratrice di Ravine, che si trova nella Rift Valley. Grace ha 32 anni ed è una madre sola che riesce a coniugare la dedizione ai suoi due figli, con la passione per il lavoro. Le rose di Grace le potete trovare per la festa della mamma, il prossimo 13 maggio, in moltissimi supermercati. Sarà un modo speciale per dire "grazie mamma".

Consumers' magazine

Il mensile dei consumatori
CONSUMERS' MAGAZINE - Periodico mensile
Registrazione del Tribunale di Roma n. 464
dell'8 Ottobre 2007
MOVIMENTO CONSUMATORI - ASSOCIAZIONE
Via Piemonte, 39/A - 00187 ROMA
Direttore responsabile: Rosa Miracapillo
A cura di: Angela Carta e Piero Pacchioli
Progetto grafico: GIPSI Soc. Coop. Sociale ONLUS
Via G. Gerlin, 16/8 - 30173 Mestre Venezia
Stampa: CENTRO SERVIZI EDITORIALI S.r.l.
Via del Lavoro, 18 - 36040 Grisignano di Zocco

Consumers' news

LE NOTIZIE DEI CONSUMATORI



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

insieme per una società responsabile



Servizi on line della PA



Quanto li utilizzi?

Dì la tua su www.movimentoconsumatori.it e scopri i risultati del sondaggio sul prossimo numero di CM

Iscriviti alla nostra Newsletter Consumers' news

Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e iniziative del Movimento Consumatori, le ultime news consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra ciazione. Per iscriverti:

<http://www.movimentoconsumatori.it/signup.asp>
Iscrizione semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.

Dite la vostra. Acquisti on line

Quanto ti fidi?

Molto, faccio sempre acquisti in Rete

36%

Abbastanza, ma faccio acquisti solo su siti conosciuti

38%

Poco, infatti evito di comprare su Internet

26%

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

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

Movimento Consumatori è un'associazione autonoma e indipendente senza fini di lucro, nata nel 1985 per iniziativa di un gruppo di cittadini ed esperti. 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. MC 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. Le 70 sedi sul territorio nazionale erogano sia un servizio di informazione e orientamento sui diritti dei consumatori, sia consulenza e tutela legale

ex-post, attività centrale dell'associazione. MC mette a disposizione una procedura di conciliazione per: Telecom, TIM, H3G, Vodafone, Wind, Fastweb, Poste Italiane, Bancoposta, Postevita, Bancaintesa, MPS, Edison, Enel, ENI, Sorigenia, Ania, Unipol, Trenitalia. MC sostiene realtà impegnate su temi fondamentali come: tutela dei minori, ambiente, cultura e solidarietà, consumo critico e commercio equo-solidale. MC si è anche battuto per la riduzione del prezzo del latte per neonati. Numerose famiglie risparmiano su questi prodotti con i Gruppi d'acquisto MC. L'associazione ha promosso importanti campagne, tutelato migliaia di cittadini risparmiatori, vagliato centinaia di pubblicità verificandone fondatezza e non ingannevolezza.

diventa socio

Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnatigli dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative. Con MC puoi iscriverti e assicurarti gratuitamente, per un intero anno, con una polizza assicurativa di tutela legale. Movimento Consumatori e D.A.S. Assicurazioni S.p.A. hanno stipulato una convenzione esclusiva per i soci di Movimento Consumatori, che potranno scegliere la polizza "Contratto Protetto" o "Vita Privata" per ogni controversia futura alla data di iscrizione a MC. Le condizioni complete sono sul sito www.movimentoconsumatori.it o puoi scrivere a info@movimentoconsumatori.it; oppure telefonare allo 06 4880053 o rivolgerti alla sede più vicina.

Puoi diventare

Socio simpatizzante - quota 15 euro:

iscritto a MC con diritto all'abbonamento a Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto" per un anno.

Socio ordinario - quota 35 euro:

iscritto a MC con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento a

Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto" per un anno.

Socio Sostenitore - quota 50 euro:

iscritto a MC con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento a Consumers' magazine e alla polizza di tutela legale "Vita privata" per un anno.

Puoi versare la quota associativa tramite:

bollettino postale c/c n° 66.700.709

bonifico bancario BANCOPOSTA - IBAN: IT 36 N 07601 03200 0000 66700709

intestato a: **Movimento Consumatori** - Sede Nazionale - via Piemonte, 39/A -

00187 Roma. Puoi utilizzare anche la carta di credito, **pagando on line** su

<http://www.movimentoconsumatori.it/associarsi.php>.

Per attivare il prima possibile il sistema di tesseramento invia un'email confermando i tuoi dati a tesseramento@movimentoconsumatori.it

oppure invia un fax allo 06 4820227 all'attenzione dell'ufficio tesseramento MC.

Per informazioni puoi tel. 06 4880053.

* Sezioni e sportelli

ABRUZZO

Vasto, tel. 0873 370783

BASILICATA

Potenza, tel. 338 2815610

CALABRIA

Cosenza, tel. 0984 464317

CAMPANIA

Battipaglia, tel. 0828 430781

Benevento, tel. 320 0551748

Benevento Valle Telesina, tel. 0824 975431

Caserta, tel. 0823 1970205

Napoli, tel. 0823 1970205

Salerno, tel. 081 5184774

EMILIA ROMAGNA

Bologna, tel. 051 6493864

Modena, tel. 059 3367171

Parma, tel. 0521 289962

FRIULI VENEZIA GIULIA

Udine, tel. 0432 502036

LAZIO

Roma, tel. 06 64771284

Sede distaccata Municipio XVII, tel. 06 39735013

Tivoli, tel. 0774 334270

LIGURIA

Genova, tel. 010 0982191

Sanremo, tel. 0184 597675

Savona, tel. 340 0759343

LOMBARDIA

Bergamo, tel. 035 322825

Brescia, tel. 030 2427872

Lecco, tel. 0341 365555

Milano, tel. 02 80583136

Pavia, tel. 328 9566100

Varese, tel. 0332 810569

MARCHE

Civitanova Marche, tel. 0733 53282

Macerata, tel. 0733 236788

MOLISE

Campobasso, tel. 0874 411086

PIEMONTE

Biella, tel. 015 2524197

Ciriè, tel. 011 9214938

Cuneo, tel. 0171 602221

Nichelino, tel. 011 6480134

Novara, tel. 345 9460056

Torino, tel. 011 5069546

Valsesia, tel. 0163 833420

PUGLIA

Andria, tel. 0883 591030

Bari, tel. 080 2022627

Brindisi, tel. 345 6560060

Foggia, tel. 0881 665803

Lecce, tel. 0832 399128

Molfetta, tel. 080 3354776

Noci, tel. 334 9043239

Ostuni, tel. 0831 305991

San Severo, tel. 0882 223774

Trani, tel. 347 8006116 - 349 4741684

SARDEGNA

Assemini, tel. 070 9459025

Decimomannu, tel. 070 9667112

Villamassargia, tel. 0781 759075

SICILIA

Messina, tel. 090 2924994

Palermo, Tel. 091 6373538

Trapani, Tel. 0923 909129

TOSCANA

Cecina, tel. 0586 754504

Firenze Nord, tel. 055 4250239

Livorno, tel. 0586 219158

Lucca, tel. 0583 490004

Massa Carrara, tel. 0585 75275

Pontedera, tel. 0587 57467

Prato, tel. 0574 635298-546130

Versilia, tel. 0584 31811

Piombino, tel. 348 8974227

UMBRIA

Perugia, Tel. 075 5731074

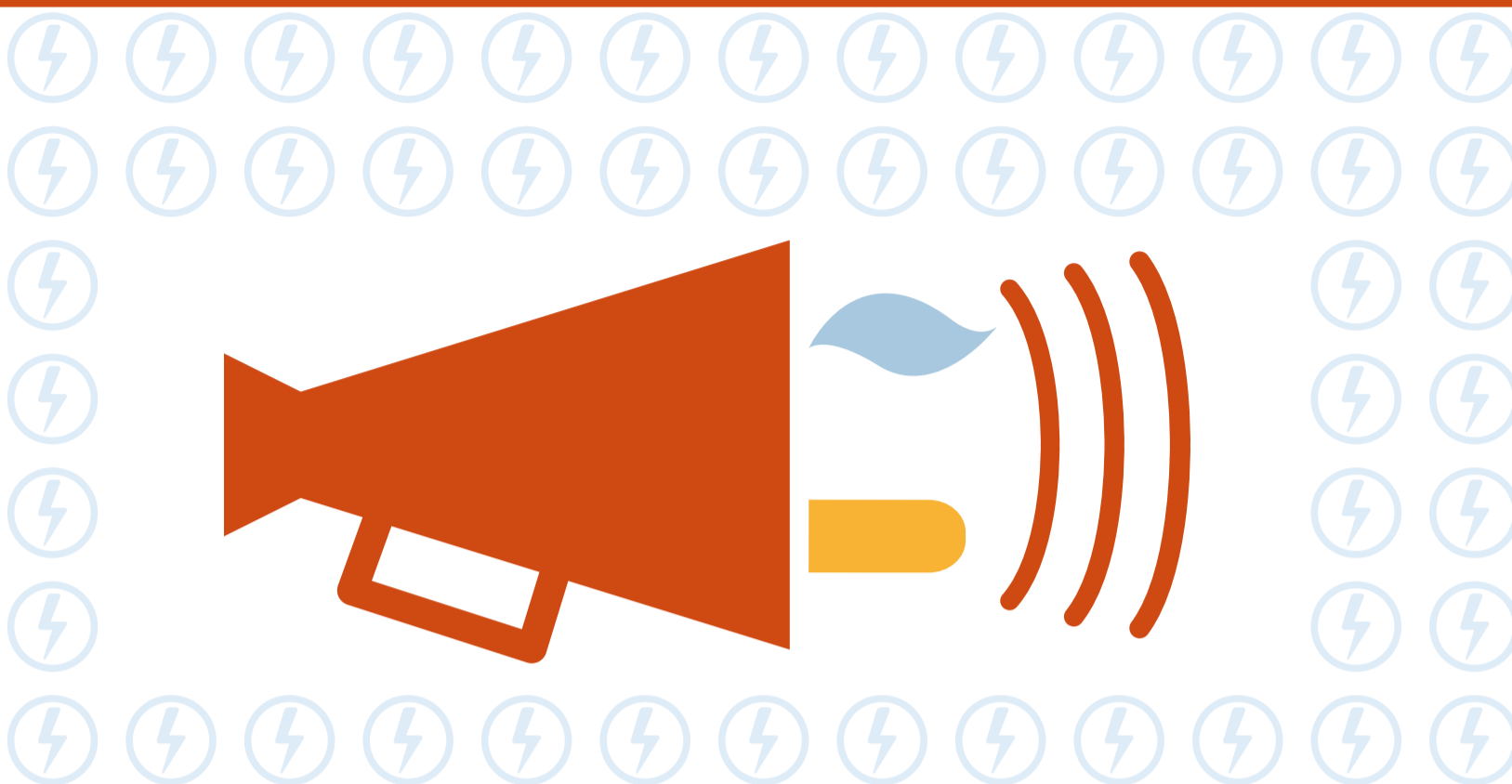
VENETO

Padova, tel. 049 7897525

Treviso, tel. 0422 545000

Venezia-Mestre, tel. 041 5318393

Verona, tel. 045 595210



“ENERGIA: DIRITTI A VIVA VOCE”



UNA RETE DI 45 SPORTELLI SUL TERRITORIO NAZIONALE E UN NUMERO VERDE GRATUITO, GESTITI DA 17 ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI, PER INFORMARE ED ASSISTERE I CITTADINI NEL SETTORE DEL SERVIZIO ELETTRICO E DEL GAS.

Se vuoi risparmiare sulla bolletta, se vuoi accedere al bonus energia o se hai problemi con il tuo gestore chiama il **numero verde 800 82 12 12** attivo dal lunedì al venerdì dalle 9.00 - 13.00 e dalle 14.00 - 18.00.

Per contattare lo sportello più vicino a te vai su:
www.movimentoconsumatori.it



con il contributo di



Acu - Adiconsum - Adoc - Altroconsumo - Assoconsum - Assoutenti
Casa del consumatore - CTCU Bolzano - Cittadinanzattiva
Codacons - Codici - Confconsumatori - Federconsumatori
Legambiente - Lega Consumatori - Movimento Consumatori
Movimento Difesa del Cittadino - Unione Nazionale Consumatori

