



RC Auto

Tariffe in costante aumento

Pag. 5



Telefonia

Il punto sul registro delle opposizioni

Pag. 6



Farmaci

Conoscere e scegliere gli equivalenti

Pag. 7



Rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili

Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



dicembre 2011

Anno 03 N. 09

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

CRISI E CONSUMI

FAMIGLIE IN AFFANNO

Finora hanno retto alla pressione economica, ma non possono resistere oltre. Gli italiani hanno necessità di misure risolutive per affrontare l'attuale periodo nero"

Un nuovo Governo (tutto "tecnico") e nuovi interventi per arginare e superare la crisi. La speranza dell'Italia riparte da qui. Perché le famiglie, anche se forti della loro solidità, fatta di sacrifici, di rinunce e di sudati risparmi non sanno quanto riusciranno a sopportare il peso di una tempesta finanziaria che non accenna a calmarsi. Nel frattempo diminuisce il potere di acquisto, calano i consumi, è caccia alle offerte speciali, agli sconti. Si va nei discount, si ricorre al credito, ci si indebita sempre più. Ormai è una corsa contro il tempo: urge un'energica spinta che allontani il Paese dal baratro. L'immobilismo che ha caratterizzato la recente storia della politica italiana, deve essere spazzato via da interventi seri e concreti che facciano ripartire l'economia, che portino sviluppo, concorrenza, che liberino i mercati. Da questo dossier emerge un elemento comune fondamentale: l'Italia per uscire dalla crisi deve investire - in modo particolare - proprio sulla famiglia: la risorsa, lo scudo e l'"istituzione" su cui il Paese può contare - sempre e comunque - anche nei periodi economici più bui.



dossier
da pagina 2 a pagina 3

una buona notizia...

Minori. Dall'Ue tolleranza zero per gli abusi

Il Parlamento europeo ha approvato la direttiva relativa alla lotta contro l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pedopornografia. Tra le novità: reato di turismo sessuale; norme interdittive per vietare la possibilità a chi ha commesso questi reati di svolgere attività professionali a contatto con i bambini; rafforzamento degli strumenti per la lotta alla pedopornografia on line, con l'introduzione del reato di adescamento e di misure per la rimozione dei siti con materiale pedopornografico.

...e una cattiva

Scuola. Embargo sui dati relativi ai disabili

Da oltre due anni il Ministero della Pubblica Istruzione aveva posto l'embargo su tutti i dati che riguardano i bambini e i ragazzi con disabilità presenti nelle scuole italiane. Eppure il costante monitoraggio sulla qualità dell'inclusione scolastica è un obbligo previsto per legge. Un obbligo di chiarezza e trasparenza verso il Paese e verso lo stesso Parlamento che si attende una relazione annuale per poter programmare e correggere interventi e politiche.



editoriale

Consumatori al centro del sistema

di Lorenzo Miozzi*

Negli ultimi mesi abbiamo denunciato più volte la totale assenza di una politica consumerista nel nostro Paese. Le vicende che hanno accompagnato il precedente governo hanno, infatti, avuto fortissime ripercussioni sui cittadini consumatori.

Il Ministero dello Sviluppo economico, deputato al confronto e all'attuazione delle politiche a favore dei cittadini non ha mai operato sulle politiche e anzi è stato per diversi mesi in stallo, in attesa di un ministro che prendesse il posto del dimissionario Scajola, costretto a cedere il passo a causa dei noti scandali che lo hanno visto coinvolto.

Le liberalizzazioni volute con forza dalle associazioni dei consumatori e attuate in parte dal precedente governo, sotto la spinta dell'allora ministro Pierluigi Bersani, hanno subito un blocco e, in alcuni casi, un arretramento. Alcuni buoni interventi, si pensi, ad esempio, all'indennizzo diretto nel campo dell'RC Auto sono stati abbandonati nella fase attuativa e di monitoraggio dei risultati, vanificandone in questo modo il potenziale positivo. Le politiche di sviluppo, in generale, sono state nulle e la programmazione e la progettazione di interventi ha seguito la medesima strada lasciando i consumatori senza tutele e senza protezioni. I consumatori, le associazioni dei consumatori e l'Antitrust hanno, in questi anni, denunciato questa situazione, ma la totale assenza di una interlocuzione politica credibile ha vanificato tutti gli sforzi.

*presidente del Movimento Consumatori

L'intervista: don Antonio Sciortino direttore Famiglia Cristiana



Foto di Attilio Rossetti/PSP

di Angela Carta

Il noto settimanale delle edizioni Paoline ha recentemente promosso, insieme a Centromarca, la realizzazione dell'indagine "Le famiglie italiane e la crisi. Valori, consumi e progetti". Abbiamo chiesto i motivi di questa scelta e un commento dei risultati al direttore don Antonio Sciortino.

Quali sono i motivi che vi hanno spinto a commissionare la ricerca?

Da sempre ci occupiamo di famiglia. Ce ne occupiamo da ottant'anni, dalla nascita della nostra rivista. Dove c'è fami-

glia, noi ci siamo. Ci siamo sempre stati. Per servirla, informarla e formarla. Ispirati ai principi evangelici e alla dottrina sociale della Chiesa. Per celebrare i nostri ottant'anni, insieme a Centromarca, abbiamo commissionato una ricerca a Gfk Eurisko sui consumi delle famiglie. Oltre che dalle lettere dei lettori, dalle inchieste e dai servizi giornalistici, volevamo conoscere tramite una ricerca scientifica come sono cambiati, e se sono cambiati, gli stili di vita delle famiglie.

segue a pagina 4

segue a pagina 4

CRISI E CONSUMI

Consumatori: poca fiducia nel futuro

Gli italiani sono convinti che la crisi durerà a lungo. Per questo motivo vivono il domani con un forte senso di precarietà. Si riducono le spese, si cerca di risparmiare e si va a caccia di sconti e di offerte speciali

Dossier a cura di Piero Pacchioli

Come reagiscono le famiglie alla crisi e come cambiano le abitudini di consumo? Lo rivelano due recenti indagini, realizzate dal settimanale *Famiglia Cristiana* insieme a Centromarca e da Consumers' Forum, che hanno fotografato la situazione economica dei cittadini in rapporto alla crisi in atto. Partendo dalla ricerca promossa dal settimanale dei Paolini dal titolo "Le famiglie italiane e la crisi. Valori, consumi e progetti" che si è focalizzata sull'analisi del ruolo della famiglia, emerge un dato incoraggiante: il nucleo familiare per gli italiani è ancora un punto di riferimento e si colloca al terzo posto, per importanza, dopo la salute e il benessere economico. Molti italiani sono soddisfatti della loro famiglia - ben il 45% degli intervistati - e la considerano al primo posto tra le cose più preziose della vita. Molto più del lavoro, ritenuto essenziale solo dall'11%. Nel complesso, però, la ricerca non offre molti spunti positivi. Oltre la metà del campione è pessimista sul futuro del Paese e ritiene che si stia meglio fuori dall'Italia. Anche le aspettative non sono rosee: si è convinti che la crisi durerà molto, che ci si dovrà adattare a una situazione precaria per un tempo lungo, forse talmente lungo da coinvolgere un'intera generazione. Per questo le famiglie diventano più oculate, adottano la multicanalità, la scelta del supermercato più conveniente addirittura per ogni prodotto: discount e outlet rappresentano i luoghi preferiti per gli acquisti. Dai dati emerge che il 63% delle famiglie teme il futuro, percentuale che cresce in presenza di figli, sia grandi (67%) sia piccoli (65%). Di conseguenza le attese per il domani calano: l'81% è convinto che in Italia non si stiano mettendo le basi per l'avvenire. La crisi viene percepita come un dato strutturale, il 62% sostiene di essere stato direttamente coinvolta nella crisi economica e il 39% è convinto che ne uscirà solo dopo il 2015. Alla crisi, le famiglie rispondono provando a risparmiare: il 73% fa sistematicamente i conti di entrate e di uscite, il 41% ricorre a promozioni, sconti e concorsi e il 42% frequenta i discount. La marca rimane l'attore principale e mantiene la sua attrattiva: il 27% delle famiglie acquista

prodotti senza brand: il 72% considera la marca sinonimo di garanzia e di qualità, dato in crescita dal 2008 (69%) a oggi. Un dato interessante è che oltre alle risposte economiche contro la crisi, la famiglia mette in campo anche "nuovi valori e orientamenti socio ed etico-culturali, esperienze che sono volte all'arricchimento personale, al recupero della memoria collettiva e del passato, al recupero della cultura del territorio, alla sostenibilità etica e ambientale, a una sensibilità a buttare via meno roba, a comprare meno e a consumare tutto". Partendo da una diversa prospettiva, quella della comparazione tra la situazione italiana e quella degli altri Paesi, anche l'indagine di Consumers' Forum ha analizzato il medesimo settore, giungendo a risultati simili a quelli rilevati da *Famiglia Cristiana* e Centromarca. In generale, la conseguenza più immediata della crisi per i consumatori è quella di ridurre le spese, comportamento che ha accomunato oltre la metà degli intervistati della maggior parte dei Paesi considerati (57% a totale) in particolare UK (71%), Spagna (63%) e Italia (60%). La sfavorevole situazione evidenzia una crescente tensione al risparmio (l'81% dichiara di prestare attenzione a sconti/offerte in particolare consumatori italiani e spagnoli - rispettivamente 88% e 87%), accanto alla quale si riscontra una "revisione critica" dei propri acquisti passati: circa un consumatore su tre dichiara di aver effettuato acquisti in eccesso. L'attuale consumatore europeo mostra di aver accresciuto la propria consapevolezza: è attento e informato: il 50% legge attentamente gli ingredienti, il 70% in Italia. Al contempo la componente "ludica" dell'acquistare mantiene una posizione importante nelle scelte, sia in quanto momento di svago (per circa due intervistati su cinque a livello totale), sia relativamente alla conferma/ottenimento di uno status distintivo (34% a livello totale, specialmente in Italia 44%). I dati mostrano inoltre la presenza di una "coscienza etica", che si declina in una attenzione elevata per le confezioni non inquinanti (78%), per la gratificazione derivante dagli acquisti bio (49%) ma anche dalla predisposizione all'acquisto di beni prodotti nel rispetto delle regole di tutela del lavoratore (62%), dell'ambiente (65%) e del territorio (60%).



* Cresce l'indebitamento degli italiani

I mutui/debiti cosiddetti "subprime" hanno dato il via al susseguirsi di dissesti finanziari che ancora oggi subiamo e il debito pubblico dei Paesi europei (Grecia, Spagna e Italia) desta enorme preoccupazione sui mercati. Oggi l'attenzione si allarga anche sul debito delle famiglie. La Banca d'Italia ha recentemente indicato come la situazione finanziaria delle famiglie italiane sia nel complesso solida. Il grado di indebitamento è contenuto e la cospicua ricchezza complessiva è composta per la maggior parte da attività a basso rischio. I dati emergono dall'analisi sulla condizione finanziaria di famiglie e di imprese contenuta nel "Rapporto sulla stabilità finanziaria" di Bankitalia, che segnala però che "il debito delle famiglie italiane rimane basso nel confronto internazionale ma, negli ultimi anni, è aumentato l'indebitamento soprattutto tra i nuclei a basso reddito". I dati elaborati dalla Cgia di Mestre all'interno di un'indagine sull'indebitamento medio delle famiglie consumatrici, originato dall'accensione di mutui per l'acquisto della casa, dai prestiti per l'acquisto di beni mobili, dal credito al consumo, dai finanziamenti per la ristrutturazione di beni immobili, consentono di analizzare anche il dato relativo a quanto sono indebitate le famiglie italiane. In Italia l'indebitamento medio ha toccato, nel

dicembre del 2009, i 15.930 euro: rispetto al dicembre 2008, l'indebitamento medio nazionale è cresciuto in termini assoluti di 863 euro.

A livello provinciale le "sofferenze" maggiori sono a carico delle famiglie di Roma (22.394 euro), seguite da quelle di Lodi (22.218 euro) e da quelle di Milano (22.083 euro). Al quarto posto troviamo Trento (21.644 euro), di seguito Prato (21.442 euro) e Como (20.695 euro). A livello locale le province più indebitate sono quelle che presentano anche i livelli di reddito più elevati. Tuttavia, la forte esposizione di queste realtà, soprattutto a fronte di significativi investimenti avvenuti negli anni scorsi nel settore immobiliare - secondo la Cgia di Mestre - preoccupa relativamente. "Altra cosa, - commenta Giuseppe Bortolussi, segretario della Cgia - è quando analizziamo la variazione di crescita dell'indebitamento medio registrato tra il 2002 e il 2009. Al di sopra del dato medio nazionale troviamo molte realtà provinciali del Sud. Questo sta a significare che l'aumento di cui parliamo è probabilmente legato all'aggravarsi della crisi economica che ha colpito soprattutto le famiglie monoreddito con più figli che sono concentrate in particolar modo nel Mezzogiorno d'Italia".



CRISI E CONSUMI

Tempo di agire

Basta con i sacrifici cui sono chiamati solo i cittadini. Per rimettere in moto l'economia e dare respiro agli italiani servono interventi immediati a favore dei consumatori. Tra sviluppo e liberalizzazioni

di Lorenzo Miozzi*

Le famiglie italiane sono economicamente solide e hanno un basso livello di indebitamento. Questa frase è stata ripetuta spesso dai politici, dai banchieri e dagli industriali in questi anni per significare che il nostro Paese ha comunque uno "scudo" contro la crisi, rappresentato appunto dalle famiglie. Purtroppo non è stato compreso fino in fondo che questo scudo doveva essere, sì utilizzato per tranquillizzare consumatori e mercati circa il rischio al quale era esposto il nostro Paese, ma che non doveva essere "eroso", perché costituisce l'ultima ancora di salvezza del nostro sistema.

Al contrario su questo comportamento virtuoso delle famiglie si è puntato molto ritenendo che se la situazione aveva retto fino ad allora, sarebbe stato possibile anche continuare con lo smantellamento dello stato sociale. Sarebbe stato possibile rimandare le liberalizzazioni o ostacolarle anche se questo avrebbe comportato maggiori oneri che comunque, le famiglie italiane, avrebbero potuto sostenere.

Il problema è che la solidità delle famiglie non è una costante immutabile che caratterizza geneticamente gli italiani. Deriva invece da sacrifici e da comportamenti virtuosi di decenni, accompagnati da un welfare in passato solido. In un sistema che garantiva ai cittadini un discreto livello di assistenza da parte dello Stato, i cittadini non hanno sperperato, ma hanno risparmiato, hanno pensato alle generazioni successive. Cosa che non ha fatto la politica che invece su quella solidità delle famiglie ha riposto tutte le speranze del Paese. Come emerge anche dall'indagine promossa da Famiglia Cristiana e Centromarca, fino ad oggi il ruolo della famiglia è stato fondamentale nel sostenere la nostra società. I giovani che non trovano lavoro, in numero sempre e drammaticamente crescente, o i "giovani" che a 40 anni hanno ancora un lavoro precario da chi sono stati sostenuti in questi anni se non dalle famiglie? Gli anziani con pensioni minime sono accuditi principalmente dai propri nuclei familiari o da quelle realtà del Terzo settore che in questi anni di declino dello stato sociale si sono impegnate per garantire assistenza.

Sfruttare questa riserva significa erodere il sistema e assottigliare la barriera che il risparmio e l'oculatazza dei decenni scorsi aveva costruito. Per far fronte alla difficile situazione sarebbero stati possibili interventi per mitigare gli effetti negativi della congiuntura economica e per consentire di alleggerire la pressione su chi già sopportava sulle proprie spalle il peso della crisi. Le liberalizzazioni, sia quelle operate da Bersani sia quelle che negli anni si sono succedute, pensiamo alla liberalizzazione del mercato dell'energia, avevano alla base proprio questo concetto: sostenere i consumatori e le famiglie garantendo più concorrenza in settori dove la concorrenza non



c'era e non c'è. Così facendo i costi dei servizi diminuiscono con giovamento per i bilanci delle famiglie italiane. Ebbene, non solo le liberalizzazioni di Bersani sono state poi bloccate fino ad essere quasi cancellate, ma anche l'importante partita della liberalizzazione dell'energia ha prodotto risultati modesti che sicuramente non hanno agevolato le famiglie. I crack bancari e le scelte del governo sulla tutela del risparmio, pensiamo alle polizze dormienti o sulla tutela da accordare ai singoli rispetto alle grandi imprese,

come ad esempio la class action, non possono non pesare in questo ragionamento. Non fornire strumenti adeguati per far fronte a ingiustizie conclamate che riguardano i risparmi delle famiglie significa una scelta ben precisa. Tutelare le grandi imprese e i grandi centri di potere economico e non i consumatori, agevolando in questo modo il trasferimento di ricchezza dalle classi meno agiate verso quelle più facoltose. La politica economica messa in atto in questi anni, poi, tradotta in cifre, significa che, secondo l'Istat nel

2010 è risultata povera o quasi povera circa una famiglia su cinque. Si tratta del 18,6% dei nuclei familiari (l'11% sono quelli poveri e il 7,6% sono quelli quasi poveri) e di 8 milioni e 272 mila persone, il 13,8% dell'intera popolazione. E' evidente che la politica che ha portato a questa situazione non può essere condivisa e che i correttivi devono essere posti immediatamente a favore dei consumatori e delle famiglie.

*presidente del Movimento Consumatori

* Sempre più minori a rischio povertà

Dal 2008 ad oggi, sono le famiglie con minori ad aver pagato il prezzo più alto della grande recessione mondiale: negli ultimi anni la percentuale dei nuclei familiari a basso reddito con 1 minore è aumentata dell'1,8%, e tre volte tanto (5,7%) quella di chi ha due o più figli. Questo rileva il secondo Atlante dell'Infanzia (a rischio), diffuso da Save the Children alla vigilia della Giornata dell'Infanzia. La crisi delle famiglie, quindi, si riflette in primo luogo sui bambini. Sono dieci milioni 229 mila i minori in Italia, pari al 16,9% del totale della popolazione: di essi 1.876.000 vivono in povertà e il 18,6% in condizione di deprivazione materiale. Un pianeta infanzia che in una Italia che invecchia si riduce sempre di più. Napoli, Caserta, Barletta-Andria-Trani sono infatti le uniche province "verdi" italiane in cui la percentuale dei giovani fino ai 15 anni rimane maggioritaria sugli over 65. La crisi economica rischia di pesare soprattutto sui bambini e sugli adolescenti, in assenza di misure specifiche di tutela. "La qualità della vita dei nostri bambini e ragazzi è mediamente incomparabile con quella del secolo scorso - commenta Valerio Neri, direttore generale di Save the Children Italia - tuttavia, se non è più la tubercolosi a uccidere o la guerra, oggi i nostri minori fanno i conti con la povertà, la scarsità di servizi per l'infanzia, le città inquinate, stili di vita insani che conducono all'obesità. Problemi che l'attuale crisi economica rischia di amplificare se non c'è un'inversione di rotta immediata e si pone la tutela dell'infanzia e dell'adolescenza come una priorità delle scelte politiche-economiche di un Paese che finora ha sempre investito molto nelle pensioni e molto meno di quanto avviene altrove per aiutare i minori, i giovani e le famiglie con figli". In Italia - sottolinea la sezione dell'Atlante dedicata alle "isole dell'infanzia a rischio" - ben il 24,4% dei minori è a un passo dalla povertà e sono 1.876.000 i bambini e ragazzi in povertà relativa, cioè che vivono in famiglie che hanno una capacità di spesa per consumi sotto la media. Sono poi 653 mila i bambini e i ragazzi in povertà assoluta (privi dei beni essenziali per il conseguimento di uno standard di vita minimamente accettabile). Due minori su tre in povertà relativa, e più di 1 minore su due in povertà assoluta, vivono nel Mezzogiorno. In particolare è la Sicilia ad avere la quota più elevata di minori poveri (il 44,2% dei minori), seguita dalla Campania (31,9%) e dalla Basilicata (31,1%) mentre la Lombardia (7,3%), Emilia Romagna (7,5%) e Veneto (8,6%) sono le regioni con la percentuale inferiore di minori in povertà relativa.

CRISI E CONSUMI

L'Italia deve ripartire dalla famiglia

Il nucleo familiare regge, ma è ormai allo stremo e lancia un grido di allarme. Don Sciortino, direttore del settimanale dei Paolini non ha dubbi: "Bisogna agire subito con politiche orientate alle nuove generazioni"

segue dalla **prima**

Non è un'invenzione giornalistica, ma oggi le famiglie non arrivano più alla terza settimana. Che, drammaticamente, sta arretrando alla seconda. Non bastano più i soldi per la spesa. Oggi, il lavoro - situazione anomala rispetto al passato - non garantisce più dalla povertà. Si può essere poveri anche con un lavoro. Più che i ristoranti o gli aerei, ad affollarsi sempre più sono le mense della Caritas. Dove a fare la fila non sono solo i barboni, i senzatetto e gli stranieri. Ma papà e mamme che, usciti dall'ufficio, vanno a ritirare il pacco viveri o un contributo per pagare le bollette di casa. Nonostante tutto, la famiglia tiene. Non è da rottamare. Anzi, è l'ultima ancora di salvezza in tempi difficili. Ora, però, non ce la fa più. Lancia un grido di allarme. Chiede aiuto alle istituzioni per avere quelle reti di sostegno, quelle protezioni necessarie (previste dalla Costituzione all'articolo 31) per svolgere bene il proprio compito. Un ruolo sociale di primaria importanza. I figli non sono un affare privato, ma la vera ricchezza del Paese, il futuro d'una nazione. Su cui, contrariamente a quanto avviene, occorre investire davvero. Con politiche orientate alle nuove generazioni. Solo in Italia un figlio è fattore di povertà. Altrove è fattore di crescita, sviluppo e progetti per il futuro. Purtroppo, dati recenti ci dicono che in Italia due milioni e mezzo di giovani dai 15 ai 29 anni né studiano né lavorano. Sono "fantasmi", abbandonati nella "terra di nessuno". Tutto si scarica sulle famiglie. Anche se, in questa crisi, si sono rivelate il "migliore ammortizzatore sociale" delle principali inefficienze istituzionali. La famiglia ammortizza la presenza degli anziani (un tempo risorsa per i figli e i nipoti, oggi un peso), l'assistenza delle persone con disabilità (sette casi su dieci sono a totale carico delle famiglie, senza alcun contributo da parte dello Stato). Ma, soprattutto, la famiglia ammortizza quella "mina sociale vagante" (può esplodere da un momento all'altro), che è la disoccupazione giovanile. In un Paese che ha circa il 10% di disoccupazione generale, quella dei giovani tocca il 30%. Un giovane su tre è senza lavoro. Senza futuro. E quei pochi che riescono, il futuro lo cercano altrove. Al di fuori dei confini nazionali. La famiglia tiene, ma non bisogna abu-

sare della sua pazienza. Anche se è un serbatoio di risorse. Ed essa stessa è una risorsa per il Paese. Nonostante sia lasciata sola dalla politica. La risposta delle famiglie alla crisi non si esaurisce sul piano economico. Mette in campo valori e nuovi stili di vita. La crisi, se governata, può trasformarsi in opportunità. Per rivedere stili di vita e comportamenti, da improntare a maggiore sobrietà e minori sprechi. Dalla crisi ne usciamo con una società a misura di famiglia. Da qui deve ripartire un Paese come l'Italia, terribilmente vecchio. Con il più basso tasso di natalità al mondo.

Dall'indagine Gfk Eurisko risulta che le famiglie sono fortemente indebitate. Come si sente di commentare questo risultato?

In tempi di crisi capita che chi è ricco diventi ancor più ricco. E i poveri si indebitino di più. Abbiamo vissuto al di sopra delle nostre possibilità, con bisogni e desideri indotti dalla pubblicità e modelli di vita improntati al puro consumismo. Molte famiglie, per mantenere lo stesso tenore e acquisire beni superflui, hanno fatto debiti e mutui. I risparmi sono calati, quasi scomparsi. Fino agli anni '70 le famiglie mettevano da parte il 30% dello stipendio. Ora non più. Affrontavano il futuro con maggiore tranquillità. Lasciavano a figli e nipoti un patrimonio in eredità. E avevano la consapevolezza di doverlo fare. Oggi si consuma di più e si risparmia di meno. Alla stessa stregua del debito pubblico nazionale, che ha messo in ginocchio il Paese, pregiudicandone sviluppo e crescita. La crisi sfida la famiglia anche sul piano delle priorità e dei valori. Per tornare a guardare al futuro come un'opportunità, non come un rischio o una minaccia. Pur sfibrate dalla crisi, le famiglie sono un capitale umano, sociale ed economico da riscoprire. Una risorsa di solidarietà tra le persone. Ma anche il sistema economico deve cambiare. E puntare non più solo al profitto, ma al sociale. Il profitto per il profitto non aiuta l'economia a crescere. Alla fine, è un danno per tutti.

La cosa meno bella emersa dallo studio è la frase che gli italiani hanno ripetuto più spesso: "Non si osa più fare progetti per il doma-

ni". Quali interventi crede sia necessario promuovere per cambiare questa prospettiva?

Occorre investire di più sulle famiglie. Con una politica familiare degna di questo nome. Che non si traduca in provvedimenti estemporanei e saltuari, come "bonus" e "una tantum". Ma con una politica familiare strutturale, programmata nel tempo. L'Italia, alle politiche familiari, dedica le briciole. Solo l'1,3% della ricchezza nazionale (Pil), rispetto alla media europea che è al di sopra del 2,4%. Con punte avanzate vicine al 4% in Germania, Francia e nei Paesi scandinavi. Il nostro fisco è poco equo verso le famiglie. Non considera i carichi familiari. A parità di reddito, un single e una famiglia numerosa pagano le stes-

se tasse. Cosa non giusta. Come ricordava don Milani, il parroco di Barbiana, non si possono fare parti uguali tra diseguali. Né si può dire alle famiglie di spendere per far ripartire i consumi se in tasca non si lascia loro qualche euro. Il futuro del Paese va programmato non a prescindere dalla famiglia, ma a partire dalla famiglia. Invertendo la rotta del "gelo demografico". Altrimenti, il Paese è avviato al "suicidio demografico". La famiglia non è da annoverare tra i costi del Paese, ma tra le risorse. Lo riconoscono tutti i partiti che si alternano alla guida del Paese. Purtroppo, solo a parole. L'istituzione che salverà l'Italia non è politica. È la famiglia. Per questo, val la pena rilanciare la "famiglia Italia".



Foto di Attilio Rossetti/PSP

editoriale

Consumatori al centro del sistema

segue dalla **prima**

Il risultato è stato un abbassamento delle tutele dei cittadini che - sommato alla crisi dell'economia e ad un crescente smantellamento dello stato sociale - ci ha portato a dover affrontare una situazione estremamente precaria. Un nuovo governo era necessario e adesso le sfide che attendono il nuovo premier Mario Monti e i suoi ministri, a partire da Corrado Passera, nuovo ministro dello Sviluppo economico e delle Infrastrutture, si riveleranno cruciali per il futuro del Paese. Ripartire dalla condizione in cui ci troviamo e porre le basi per un modello di sviluppo consumerista è difficile e sicuramente non possiamo pensare che da solo questo governo possa riuscire a completare un simile percorso. Saranno necessari gli sforzi di tutti, a partire dalle associazioni dei consumatori, per rimettere al centro del ragionamento politico il cittadino consumatore.

Per questo è necessario in primo luogo un dialogo e un confronto tra governo e associazio-

ni sugli obiettivi di lungo periodo. Su questi poi si possono programmare interventi che siano al contempo strumentali, rispetto agli obiettivi condivisi e che consentano anche di realizzare l'obiettivo a breve termine di rilancio dell'economia. Pensiamo alle liberalizzazioni per le quali servono sia interventi nell'immediato - per far ripartire quello che il governo precedente ha bloccato - sia un quadro più ampio che trovi centralità sulla legge annuale e su un monitoraggio costante dei processi per evitarne distorsioni successive. Se il dialogo tra associazioni dei consumatori e governo sarà effettivo i risultati potranno quindi essere raggiunti sia nel breve sia nel medio termine, lasciando al futuro governo un terreno migliore per continuare politiche di concorrenza e liberalizzazione a favore dei consumatori.

Lorenzo Miozzi

L'ENNESIMA DENUNCIA DELL'ANTITRUST

RC Auto: una storia infinita di aumenti

Movimento Consumatori: "Senza interventi strutturali non si può fronteggiare il caro polizze. Una soluzione per ridurre le tariffe? Riaprire la strada alle liberalizzazioni"

Gli aumenti delle polizze RC Auto sembrano ormai una storia senza fine. Sono anni che vengono denunciati e sono anni che si cerca di trovare una soluzione, ma nonostante ciò nulla sembra cambiare. Il problema risiede anche nel fatto che parlare di RC Auto significa parlare di "un servizio di importanza fondamentale" come lo ha giustamente definito l'Antitrust in un'audizione in Parlamento in quanto i costi incidono in misura significativa tanto sulla spesa delle famiglie quanto, direttamente o indirettamente, sul prezzo finale. "Si tratta di un servizio che presenta, altresì, grande rilievo per le imprese di assicurazione - ha denunciato l'Autorità - i premi raccolti nel 2010 nel ramo RC Auto sono stati 17.879 milioni di euro, pari al 13,72% sul totale complessivo dei premi raccolti, e al 45,34% sul totale dei premi raccolti nei soli rami danni".

I prezzi

Il punto dolente del settore riguarda, da sempre, l'importo dei premi. Le elaborazioni effettuate dall'Antitrust mostrano che i premi effettivamente pagati per l'RC Auto hanno fatto registrare tra il 2006 e il 2010 significativi aumenti. I dati differiscono per profilo di assicurato, area geografica e tipo di compagnia, ma in media mostrano una tendenza al rialzo continuo. "Considerando il periodo più recente (2009-2010), gli aumenti sono stati anche del 25% per un individuo che assicura un'autovettura e di oltre il 35% nel caso di un motociclo. Nello stesso arco temporale, gli aumenti risultano particolarmente significativi per talune tipologie di assicurato, come è il caso, ad esempio, di un quarantenne nel Nord Italia con un'autovettura di media cilindrata, per il quale il premio è aumentato di oltre il 20%; o anche, di un sessantacinquenne nel Sud con un'autovettura di cilindrata medio/piccola per il quale il premio è aumentato del 15-20%; o ancora, di un diciottenne nelle Isole con un ciclomotore che ha registrato un più 30%". A poco è servita la comparsa sul mercato delle "compagnie telefoniche", quelle che operano solo a distanza. Le compagnie telefoniche, si legge nella relazione dell'Antitrust, pur determinando qualche vantaggio per gli utenti che ad esse si rivolgono, in realtà non rappresentano una forma di competizione effettiva. "Intanto, a parte una, sono tutte gemmazioni di altre compagnie tradizionali appartenenti ai gruppi più importanti. I dati mostrano inoltre che le compagnie telefoniche tendono ad operare prevalentemente con le categorie di rischio che comprendono i soggetti che hanno meno sinistri e quelli che risiedono nelle regioni del Paese caratterizzate da una minore frequenza sinistri (Centro Nord). La selezione di tali categorie di rischio da parte delle compagnie telefoniche avviene mediante l'offerta di polizze a prezzi più contenuti di quelli delle compagnie tradizionali".

I prezzi delle assicurazioni italiane non escono bene neppure dal confronto con le imprese estere. Nel periodo 2000-2010, le tariffe aumentano in Italia ad una velocità superiore a quella degli altri Paesi europei e della zona euro. In particolare, la crescita media dei prezzi per l'assicurazione dei mezzi di trasporto in Italia, pari al 4,6% annuo, è più che doppia rispetto a quella registrata nella zona euro e supera di oltre sei volte quella della Germania, di oltre cinque volte quella della Francia e dell'Olanda e di poco meno di due volte quella della Spagna. Se si considera, invece, il periodo 2006-2010, la crescita annua dei prezzi per l'assicurazione dei mezzi di trasporto registrata in Italia è quasi il doppio di quella della zona euro e quasi il triplo di quella registrata in Francia. Sulla dinamica dei prezzi ha espresso opinione contraria l'Ania, affermando che "la ripresa all'aumento dei prezzi è iniziata nel 2010 e sta proseguendo nel 2011, dopo ben cinque anni consecutivi di riduzione, nel corso dei quali in termini reali, ossia al netto dell'inflazione, il prezzo medio della copertura RC Auto era diminuito di oltre il 20%".

Le frodi

Altro aspetto controverso riguarda la diffusione del fenomeno delle frodi che secondo le compagnie sarebbe una delle cause dell'aumento dei prezzi. A supporto della tesi, viene normalmente evidenziato che le aree dove si concentrano in misura prevalente gli episodi fraudolenti sono anche quelle dove è più elevata la sinistrosità. Secondo l'Antitrust, però, il fenomeno mostra valori piuttosto contenuti, nell'ordine del 2-3% del numero totale dei sinistri. Si osservi che nel Regno Unito il numero di frodi accertate è pari al quadruplo di quelle accertate in Italia, e in Francia è il doppio. Il problema tipico del nostro sistema, secondo l'Antitrust, sarebbe piuttosto che le compagnie non dedicano energie sufficienti all'individuazione delle frodi, anche perché non hanno adeguati incentivi a controllare i propri costi.

Le soluzioni

Dalla relazione dell'Autorità Garante e dai dati, emerge un quadro desolante accompagnato però da alcune possibili soluzioni, evidenti da anni. "Le liberalizzazioni sono bloccate malgrado i richiami dell'Unione europea, inoltre non abbiamo ancora una legge sulla concorrenza. E' naturale che il risultato sia un costante aumento delle tariffe - sostiene il presidente del Movimento Consumatori, Lorenzo Miozzi - Come associazione a difesa dei diritti dei consumatori ribadiamo, la necessità di interventi strutturali immediati. Il problema è anche legato all'effettiva applicazione delle leggi esistenti. Pensiamo al meccanismo dell'indennizzo diretto o del plurimandato. Se non sono applicati correttamente non portano risultati come si è visto in questi anni. E' evidente che fino a quando gli interventi non si fanno o non si portano a termine, la situazione non potrà migliorare".

P.P.

*** Le norme che hanno fatto flop**

Due sono gli interventi che, seppur già effettuati nella forma, non hanno portato i risultati promessi. Da un lato l'eliminazione degli agenti in esclusiva che avrebbe dovuto risolvere le questioni legate alla scarsa concorrenza della rete distributiva e dall'altro il meccanismo dell'indennizzo diretto.

Nel mercato dell'RC Auto, secondo l'Antitrust, "pesa l'assenza di una struttura distributiva indipendente". Vista la complessità dei servizi assicurativi, andrebbe favorita la diffusione di figure professionali, sostanzialmente indipendenti dalle compagnie, la cui funzione e il cui precuo interesse siano proprio quelli di consigliare gli utenti, i quali, come emerge dalle valutazioni dell'Autorità, non sono in grado di selezionare da soli il prodotto per essi migliore. Era questo anche lo scopo degli interventi normativi del 2006 e del 2007 che avevano stabilito il divieto in capo alle compagnie di stipulare contratti di agenzia con clausole di esclusiva. Ancora oggi però la diffusione di agenti plurimandatari è scarsa e questo limita di fatto la competitività del settore. Secondo alcune stime di operatori del settore, a fronte, del 7,8% di agenti plurimandatari nel 2007, si sarebbe passati al 13,4% nel 2008 e al 17,6% nel 2009.

In relazione al sistema di indennizzo diretto, invece, l'Antitrust ha denunciato un "quadro non corrispondente alle aspettative, se si eccettua la questione della riduzione dei tempi di liquidazione dei sinistri, effetto sicuramente positivo del nuovo regime". Il sistema dell'indennizzo diretto presenta rilevanti criticità applicative e inoltre persistono i limiti di fondo del nostro sistema nel quale la domanda è ancora poco mobile (risulta che solo il 10% degli assicurati cambia compagnia annualmente) e non c'è adeguata concorrenza tra le assicurazioni.

L'assenza di questi fattori di contesto ha fatto sì che l'indennizzo diretto non sia riuscito a suscitare nelle compagnie assicurative i corretti incentivi che tenessero sotto controllo i costi.



REGISTRO DELLE OPPOSIZIONI

Un esordio con scarsi risultati

A settembre 2011, a sette mesi dall'avvio, il nuovo strumento risulta utilizzato solo dal 3% degli utenti (618.000 iscritti su circa 20 milioni di abbonati). Colpa di un'inadeguata promozione del Registro. Ma essere informati si può

di Roberto Barbieri*

A tutti è capitato di ricevere telefonate da imprese commerciali per messaggi pubblicitari, proposte di acquisto di beni o servizi, indagini di mercato. Questa pratica, nota come "telemarketing", assume a volte i connotati di una vera e propria persecuzione. L'utente, esasperato da chiamate indesiderate, finisce prima o poi per domandarsi se esista uno strumento per difendersi da questa invadenza.

Il Codice della privacy

Nel 2003, il "Codice in materia di protezione dei dati personali", meglio noto come Codice della privacy, introdusse un sistema, detto di "opt-in", in base al quale le imprese avrebbero potuto contattare telefonicamente soltanto coloro che avessero manifestato il proprio consenso. All'epoca tutti noi ricevevamo (o avremmo dovuto ricevere) un modulo, da restituire alla Seat dopo averlo compilato, in cui ci veniva chiesto di esprimere il nostro consenso o dissenso. Solo coloro che avessero manifestato il consenso avrebbero potuto essere contattati, mentre nessuna chiamata sarebbe dovuta più arrivare a chi aveva dichiarato il proprio dissenso, e a chi semplicemente non aveva rispedito il modulo. La procedura di infrazione Ue – il sistema delineato dal Codice della privacy non ha mai funzionato. Nel 2007, l'Unione europea ha aperto un procedimento di infrazione nei confronti dell'Italia, per non avere predisposto sistemi di tutela dei consumatori contro il telemarketing selvaggio. In realtà il sistema esisteva sulla carta, ma la sua violazione era così generalizzata da renderlo irrecuperabile. Sotto la pressione dell'Ue, il governo italiano ha allora predisposto un nuovo e diverso strumento. La legge 166/2009, all'art. 20, modifica proprio l'art. 130 del Codice della privacy, introducendo il Registro Pubblico delle Opposizioni. Successivamente il Regolamento di attuazione, adottato con DPR 178/2010, ha reso operativo il registro a partire dal 31 gennaio 2011. Il nuovo sistema è basato sul principio detto "opt-out": tutti possono essere contattati, tranne coloro che hanno manifestato la propria opposizione.

Il Registro Pubblico delle Opposizioni

Gestito dalla Fondazione Ugo Bordoni sulla base di un contratto di servizio con il Ministero dello Sviluppo economico, è una lista in cui ogni utente può iscrivere il proprio numero di telefono se non vuole ricevere chiamate pubblicitarie. L'inserimento è gratuito, a tempo indeterminato e revocabile. Gli operatori che intendono avvalersi della tecnica del telemarketing, prima di contattare gli abbonati devono registrarsi (a pagamento) al sistema, comunicando la lista dei numeri telefonici che intendono contattare. Da questa lista, la Fondazione Bordo-



ni escluderà i numeri di quanti si sono iscritti al Registro delle Opposizioni che non potranno, pertanto, essere contattati. La lista così formulata dovrà poi essere aggiornata ogni 15 giorni.

Risultati mediocri

L'esordio del Registro appare, tuttavia, desolante. A settembre 2011, a sette mesi dall'avvio, il nuovo strumento risulta utilizzato soltanto dal 3% circa degli utenti (618.000 iscritti su circa 20 milioni di abbonati). Escludendo l'ipotesi che le telefonate commerciali siano gradite al 97% dei cittadini italiani, occorre interrogarsi sulle ragioni di quello che si profila come un autentico flop. A nostro avviso, la prima causa è data dall'insufficiente informazione: l'unica pubblicità che è stata fatta all'introduzione del registro è consistita in pochi e inefficaci spot televisivi, passati quasi del tutto inosservati. Chi poi li avesse notati si sarà accorto che, paradossalmente, uno degli slogan pubblicitari utilizzati ("Uomo registrato un po' meno informato: pensaci su e poi scegli") sembrava addirittura concepito per scoraggiare gli utenti ad iscriversi al Registro.

Le "liste consensate"

Ma c'è un'altra causa, più grave e strutturale, che sta generando un passaparola negativo: l'iscrizione al registro non protegge totalmente da telefonate indesiderate. L'art. 2 DPR 178/2010 stabilisce che "Il presente regolamento non si applica ai trattamenti (...) di dati aventi origine diversa dagli elenchi di abbonati a disposizione del pubblico legittimamente raccolti (...)". Ciò significa che se – anche in passato – abbiamo fornito i nostri dati ad un'azienda, autorizzandone il trattamento e l'utilizzo, l'iscrizione al registro non impedirà a quell'azienda di contattarci. Non solo: se il consenso da noi firmato comprende anche la facoltà di cedere i dati a terzi, il nostro numero entrerà in liste (cosiddette "consensate", cioè accompagnate dal consenso degli interessati) che potranno essere cedute da un'azienda all'altra. In tal caso non resta che richiedere (con lettera raccomandata) la cancellazione dalle banche dati di ogni soggetto che ci contatta.

*responsabile settore Telefonia del Movimento Consumatori

Come iscriversi al Registro? Te lo dice "Diogene"

Ogni utente potrà richiedere che la numerazione di cui è intestatario sia iscritta nel registro attraverso modalità gratuite e di facile utilizzo, mediante:

- la compilazione di un apposito modulo elettronico sul sito web del gestore del registro pubblico www.registrodelleopposizioni.it;

- una telefonata, chiamando dalla linea telefonica con numerazione corrispondente a quella per la quale si chiede l'iscrizione nel registro, il numero telefonico gratuito appositamente predisposto dal gestore del registro 800 265 265. Il sistema funziona mediante risponditore automatico, ma per ricevere un'assistenza telefonica non automatizzata, in caso di problemi o richiesta di chiarimenti, è possibile parlare con l'operatore del call center dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 18.00;

- l'invio di lettera raccomandata o fax, compilando gli appositi moduli disponibili sul sito del registro delle opposizioni. Alla

richiesta si dovrà allegare la copia di un documento di riconoscimento in corso di validità. La raccomandata dovrà essere indirizzata a: "Gestore del Registro Pubblico delle Opposizioni - Abbonati" - Ufficio Roma Nomentano - Casella postale 7211 00162 Roma. Il fax, invece, dovrà essere inviato al numero 06 5422482. In seguito alla richiesta, qualora abbia indicato un indirizzo di posta elettronica durante la compilazione dei dati, l'utente riceverà via email la conferma della presa in carico della richiesta:

- mediante posta elettronica, compilando l'apposito modulo disponibile sul sito del registro ed inviandolo a abbonati.rpo@fub.it. In seguito alla richiesta d'iscrizione l'utente riceverà un messaggio di posta con la conferma della presa in carico della richiesta e il codice utenza associato alla sua numerazione.

Iscrivendosi attraverso la modalità telefonica e la modalità web è possibile consultare lo stato della propria richiesta. L'iscrizione

al registro è gratuita, ha durata indefinita e può essere revocata o aggiornata in qualsiasi momento (attraverso apposite modalità indicate sul sito del registro).

I soggetti che effettuano telemarketing, inoltre, sono tenuti per legge ad informare gli utenti circa l'esistenza del registro e le modalità di iscrizione ad esso, per evitare, così, i futuri contatti. Per fornire informazioni chiare e precise ai cittadini su come utilizzare il registro delle opposizioni è nato "Diogene. La lanterna del consumatore", un progetto realizzato da Movimento Consumatori, Adusbef, Assoconsum e Federconsumatori e finanziato dal Ministero dello Sviluppo economico. L'iniziativa prevede l'attivazione del numero verde 800 82 12 63 (dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00). Inoltre si può scrivere all'indirizzo telemarketing@lalanternadidiogene.it. Per maggiori dettagli si può visitare il sito Internet www.lalanternadidiogene.it oppure rivolgersi alle sedi delle associazioni aderenti al progetto.

SALUTE

Le virtù dei farmaci equivalenti

Curarsi bene, risparmiando? Adesso più che mai è possibile affidandosi ai generici, medicinali sicuri, efficaci, meno costosi di quelli "griffati" e che comportano benefici anche per il Sistema sanitario nazionale

La crisi economica abbassa inevitabilmente il potere di acquisto delle famiglie italiane e, purtroppo, si hanno a disposizione meno risorse per le spese quotidiane. Ma quando si parla di salute e di cure per far fronte a diversi disturbi o ad una malattia, tutti vorrebbero il meglio per guarire bene e nel più breve tempo possibile. Curarsi in modo adeguato, risparmiando, oggi è fattibile grazie ai farmaci equivalenti, detti più comunemente "generici". Ma cos'è il medicinale generico e perché ne sentiamo parlare sempre più spesso?

Questo tipo di farmaco è la "copia" di una specialità registrata con un marchio di cui è scaduto il brevetto, ossia l'esclusiva di commercializzazione. Passato questo periodo lo stesso farmaco può essere commercializzato nella sua versione "generica" che deve contenere lo stesso principio attivo alla medesima dose, la stessa forma farmaceutica, la stessa via di somministrazione e le stesse indicazioni terapeutiche del farmaco "a marchio".

Sicuri e efficaci

Oltre a questi requisiti il farmaco generico deve dimostrare, attraverso scrupolosi studi, di avere la stessa efficacia e la stessa sicurezza della specialità "a marchio" cui fa riferimento. Ci sono appositi organi di controllo sia a livello europeo (EMA, European Medicines Agency) sia nazionale (Aifa, Agenzia italiana del farmaco) che, oltre a tutto questo, verificano anche che siano rispettate tutte le garanzie circa le buone norme di produzione. Tutti questi requisiti, necessari per l'approvazione di un farmaco generico, sono gli stessi richiesti per la specialità "a marchio" corrispondente.

Occorre anche sapere che i controlli sul farmaco generico continuano anche dopo che lo stesso è stato immesso in commercio, infatti esiste un programma annuale di controllo di qualità eseguito dal Ministero della salute attraverso l'Istituto superiore di sanità che fa letteralmente una radiografia al farmaco su tutti i suoi componenti. Anche in questo caso i controlli sono gli stessi eseguiti sul farmaco "a marchio". Un'ulteriore garanzia per tutti coloro che utilizzano i farmaci generici è rappresentata dal monitoraggio di farmacovigilanza che l'Aifa prevede per tutti i medicinali in commercio.

Il concetto di bioequivalenza

A questo punto, è utile approfondire un concetto su cui si fa molta confusione, ma che è un parametro importante per dimostrare l'intercambiabilità tra il farmaco "a marchio" e il farmaco generico: la bioequivalenza, un confronto delle biodisponibilità tra due farmaci, ossia la disponibilità del principio attivo nel sangue (circolo sistemico) dopo il suo assorbimento. Si tratta di un vero e proprio studio clinico su gruppi di volontari sani in cui si va a misurare la concentrazione plasmatica del principio attivo e come questa varia nel tempo. Si verifica con che velocità ed in quale quantità il principio attivo si rende biodisponibile nell'organismo per svolgere la sua azione terapeutica. Gli organi regolatori internazionali (EMA Europea) e nazionali (Aifa) hanno scientificamente valutato che sui valori della biodisponibilità ci possa essere una variabilità (differenza) tra i farmaci, che è comunque compatibile con il risultato finale: stessa efficacia e stessa sicurezza. I medicinali generici presenti in commercio, quindi, hanno dimostrato di rientrare in questa variabilità che rende il farmaco equivalente ugualmente efficace e sicuro rispetto al corrispondente farmaco "a marchio".

Il grande successo dei generici nel mondo

Non stupisce, comunque, che questo sia un concetto non semplice da comprendere. È più facile invece capire che in tutto il mondo, soprattutto nelle nazioni più industrializzate, come ad esempio gli Stati Uniti o la Gran Bretagna, per curarsi si utiliz-



za molto il farmaco generico. Un dato che deve far riflettere: in questi Stati (USA e UK) sette farmaci utilizzati su dieci sono generici. Se i medicinali generici non dimostrassero di curare come i farmaci "a marchio" avremmo questi numeri sul loro uso? E se fossimo convinti del contrario dovremmo anche pensare che i sistemi sanitari di queste nazioni ammettano cure di serie A e di serie B? Ma naturalmente non risulta che in queste nazioni ci si curi peggio che in Italia.

Qual è quindi il motivo per cui nel nostro Paese solo 1 farmaco su dieci è usato come generico? Quello che manca in Italia è la cultura ad affidarsi al medicinale equivalente per curarsi in modo sicuro e efficace.

Informarsi per risparmiare

Spesso è la disinformazione che predispone le persone a diffidare del farmaco generico che, invece, rappresenta uno strumento di salute molto utilizzato in tutto il mondo, perché consente un considerevole risparmio che può variare dal 20% al 50%, a seconda del tipo di medicinale.

Questo risparmio è a vantaggio non solo del singolo paziente, che ha la possibilità di curarsi bene spendendo di meno, ma anche dell'intera comunità.

Infatti, il nostro Servizio sanitario nazionale grazie al farmaco generico ha la possibilità di risparmiare notevoli risorse economiche che possono essere utilizzate per sostenere la ricerca e gli studi su medicinali innovativi - che notoriamente sono molto costosi e per questo motivo risultano non sempre accessibili.

Il farmaco generico non rappresenta, quindi, solo uno strumento di salute efficace e totalmente sicuro per gli ammalati, ma anche un'importante risorsa per la sostenibilità di un sistema sanitario - come il nostro - che deve mirare all'eccellenza delle cure accessibili.

* La campagna per scegliere bene

Teva Italia, azienda leader nel settore dei farmaci equivalenti ha lanciato, insieme al Movimento Consumatori, la campagna educativa "Conosci e scegli i farmaci equivalenti".

Il progetto prevede incontri nelle principali piazze italiane, ma anche in molte farmacie, Asl, associazioni e ambulatori, dove medici e operatori sanitari offrono consigli per la prevenzione e la gestione delle principali problematiche di salute e la corretta gestione dei medicinali. Per essere sempre accanto ai cittadini è stato realizzato il sito www.equivalente.it, interamente dedicato alla conoscenza del farmaco equivalente. "È bene ricordare - spiega Giorgio Foresti, amministratore delegato di Teva Italia e presidente di Assogenerici - il valore di responsabilità sociale legato all'utilizzo di questi farmaci, che dovrebbe essere comunicato di più anche a livello di pubblico: liberando risorse del sistema sanitario, l'utilizzo massiccio di generici permetterebbe l'allocatione di maggiori fondi per la prescrizione di farmaci innovativi, ancora molto costosi, favorendo così l'accesso alle migliori cure da parte dei pazienti. Il risparmio generato potrebbe essere indirizzato alle attività di ricerca medico - scientifica, per la messa a punto di nuove molecole". "Il concetto di sicurezza degli equivalenti - afferma Rossella Miracapillo, responsabile dell'Osservatorio Farmaci & Salute del Movimento Consumatori - dopo dieci anni dalla loro introduzione, ormai è fuori discussione. Eppure il loro utilizzo è ancora ridotto, con un danno al budget familiare e uno più grande e, meno noto, alle economie delle Regioni. Per questo abbiamo ritenuto importante la nostra partecipazione ad una campagna di informazione che spieghi con chiarezza ai cittadini i vantaggi economici dell'acquisto del generico e la sicurezza e l'efficacia di questi medicinali".

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



Vademecum su come resistere alla crisi

di Gustavo Ghidini*

Affrontare una situazione di crisi non è mai semplice. Cambiamenti politici, crisi finanziaria e crisi economica insieme, costituiscono un duro colpo per le famiglie italiane. Alcuni consigli però possono essere utili ad affrontare meglio la situazione. Per prima cosa non indebitarsi al consumo, tranne che per quanto indispensabile secondo un criterio di austerità. Non sempre è facile seguire questo consiglio, ma è necessario invertire una tendenza che invece è aumentata negli ultimi anni. Come ha segnalato anche la Banca d'Italia nel "Rapporto sulla stabilità finanziaria", infatti, il debito delle famiglie italiane rimane basso nel confronto internazionale ma, negli ultimi anni, è aumentato l'indebitamento soprattutto tra i nuclei a basso reddito. Nei prossimi mesi, segnala il rapporto, i maggiori rischi per le condizioni finanziarie delle famiglie indebitate sono legati alla flessione della dinamica del reddito disponibile e a possibili ulteriori aumenti dei tassi di interesse. Nel prossimo futuro, inoltre, con ogni probabilità, dati i tagli dovuti al debito pubblico, i prezzi di un gran numero di servizi e forniture cresceranno vistosamente, e le famiglie potrebbero trovarsi senza soldi per il carburante, per pagare la luce o mandare i figli all'asilo. Quindi evitare di contrarre debiti "superflui" è essenziale in questo periodo. In secondo luogo è bene ricordare che se si hanno risparmi è necessario investirli con sicurezza. Questo significa niente mercato azionario, troppo esposto a ribassi drammatici di origine speculativa, dato che è in corso una campagna ribassista che non finirà

presto (finirà solo quando le nostre banche e gruppi industriali saranno scalabili a prezzi di saldo). Stare quindi al riparo da investimenti ad alto rischio soprattutto in periodi di instabilità come quello che stiamo attraversando. I movimenti dei mercati azionari, in questo periodo, infatti, sono dovuti a regole non solo economiche e l'andamento dei titoli delle aziende non riflettono solo i fondamentali economici, ma scontano anche l'umore dei mercati sulle scelte politiche. Puntare quindi su altri strumenti di investimento tenendo in considerazione che i conti in banca non rendono, tranne quelli on line (ma attenzione: il tasso netto, quello effettivo, non è quello reclamizzato, che è quello lordo, che deve scontare l'imposta sugli utili). Da considerare che tuttavia anche i conti on line pagano senza adeguamento all'inflazione. La crescita dei prezzi è ormai sopra il 3%, tasso che - netto - le banche on line non danno. Dunque verificare obbligazioni di emittenti serie, come le Poste, o la BEI (Banca Europea degli Investimenti) che appunto emettono obbligazioni indicizzate all'inflazione. Meglio avere bassi interessi, ma salvare il valore reale del capitale. Oppure, se si dispone di sufficiente risparmio, acquistare un immobile da mettere a reddito scontando che comporta spese, e forse, anzi probabilmente, ci sarà una nuova tassazione sugli immobili (anche se da sperare non sui piccoli patrimoni immobiliari). Ma l'immobile, se scelto con discernimento, e in buono stato, in genere si rivaluta sempre. Porre attenzione a questi comportamenti aiuterà a superare meglio la difficile fase che stiamo attraversando.

*presidente onorario del Movimento Consumatori

* Ripensare la salute

Rimedi per la tosse

Secondo l'ultima indagine dell'ANIFA, il 25% degli italiani colpito da influenza o da sindromi parainfluenzali dichiara di avvertire la tosse come primo sintomo; infatti è comune nelle affezioni che provocano irritazione delle vie aeree. Trattandosi di un meccanismo di difesa, la tosse rappresenta un'utile reazione naturale, anche se, purtroppo, può generare un "circolo vizioso": ogni colpo di tosse aggrava l'infiammazione della mucosa. Esistono vari tipi di tosse: quella secca, caratterizzata dall'assenza di catarro, è di solito irritativa. La tosse produttiva (detta anche "grassa") è caratterizzata dalla presenza di catarro, che viene espulso con la tosse. Spesso, la tosse produttiva rappresenta l'evoluzione di un'iniziale tosse secca. Si distingue poi tra tosse acuta, che dura meno di tre settimane e tosse cronica, quando persiste per un periodo più lungo. E' fondamentale ricordare che la tosse è un sintomo comune a malattie di ben diversa gravità e prognosi, quindi, se dopo qualche giorno di trattamento non migliora, è indispensabile rivolgersi al medico. La farmacologia omeopatica dispone di vari medicinali per la tosse che permettono una terapia individualizzata. I medicinali che utilizzo più frequentemente nella tosse secca di origine laringo-tracheale sono Bryonia 7 CH per la tosse con bruciore retrosternale, aggravata dal movimento, con sete intensa e Spongia tosta 7 CH, caratterizzata da tosse molto secca con tonalità acuta, migliorata dalle bevande calde; per le crisi di tosse notturna, secca, suggerisco DRO-SERA 9 CH. Per quella catarrale prescribo più spesso IPECA 7 CH quando sono presenti secrezioni vischiose. Incontro anche soggetti che presentano il quadro di Antimonium tartaricum 9 CH, caratterizzato da tosse produttiva, con espettorazione facile e astenia. Esistono sciroppi con miscele di medicinali omeopatici privi di effetti collaterali noti. Per ciò che concerne gli sciroppi che contengono sostanze mucolitiche, l'AIFA ha adottato un provvedimento restrittivo che ne vieta l'uso nei bambini al di sotto dei due anni di età. Gli sciroppi omeopatici, invece, non contengono questo tipo di sostanze e possono essere somministrati anche ai bambini di età inferiore ai due anni.

Edoardo Felisi, pneumologo,
esperto in omeopatia

* Consumers' web



Il tema finanza spesso può apparire "ostico" per molti consumatori e di non facile comprensione per i cosiddetti "non addetti ai lavori". Questo blog rappresenta, quindi, uno spazio virtuale che ha l'obiettivo di diventare un punto di riferimento per chi vuole rimanere aggiornato sull'argomento, ma anche per chi desidera conoscere l'universo della finanza e informarsi su economia, banche, borsa, forex, mutui, prestiti e molto altro ancora. BlogFinanza è un sito fatto e spiegato dagli utenti, dal linguaggio semplice e discorsivo, per rendere un po' meno difficile avvicinarsi al complicato mondo di titoli, di azioni e di spread.

<http://www.blogfinanza.com>

tra le righe di Lorenzo Miozzi

Lotta alla mafia e ritorno ai vecchi ideali

Un libro scritto dal magistrato Nicola Gratteri e dal giornalista Antonio Nicaso, da sempre impegnati nella lotta alla mafia. Gli autori hanno raccolto le lettere di ragazzi e di adolescenti - talvolta ingenui, più spesso impressionanti nella loro lucidità - dalle quali emergono paura, rabbia, desiderio di rivalsa e di ribellione contro la criminalità organizzata, e solo raramente sconforto e rassegnazione. Per tutti loro la mafia non è più un tabù da rispettare in silenzio per quieto vivere o vigliaccheria, ma "un etto pulcioso" che infesta il Paese, un "tanfo di stalla" che ammorbida l'aria e che "si arrimina nella pancia come un animale inferocito". Che uccide sogni e speranze, non crea benessere, ruba e distrugge, offrendo forme di lavoro che sono, in realtà, ricatti pagati al prezzo della libertà e della dignità. E comunque, questo "castello di menzogne, di morti e di stragi - pensano molti di loro - è destinato a crollare, per la semplice, ma non banale ragione che la mafia fa schifo".



Nicola Gratteri - Antonio Nicaso
La mafia fa schifo
Mondadori
144 pagine - 17,00 euro

Rampini racconta la sua redenzione, il suo ritorno alle vecchie idee di sinistra, al fine di evitare un lento, inesorabile declino dell'Italia. Il giornalista pone l'accento sull'attuale situazione sociale e economica del nostro Paese, facendo marcia indietro rispetto alla visione che aveva nel 2000, nel periodo che ha preceduto la crisi economica. In quei tempi non sospetti, molti economisti e intellettuali di sinistra avevano sposato alcune idee di liberismo e progresso che storicamente appartenevano alla destra. Purtroppo però la terribile crisi che si è abbattuta sui mercati di tutto il mondo nel 2008 ha spazzato via quella corrente di pensiero. La bolla finanziaria, infatti, è alla fine scoppiata colpendo quasi esclusivamente le fasce medie e basse della popolazione, distruggendo al tempo stesso le velleità di continuare a percorrere la strada del liberismo progressista. Secondo Rampini ora il mondo occidentale ha l'obbligo di fare un passo indietro, tornando ad abbracciare un ideale di sinistra più tradizionale.



Federico Rampini
Alla mia Sinistra
Mondadori
228 pagine - 15,30 euro

Consumers' notizie

NOTIZIE DAL MONDO DEL CONSUMERISMO

Acquisti on line: MC diffida Groupalia

Dopo decine di segnalazioni di consumatori che hanno acquistato "coupon" dal sito di Groupalia e non hanno ottenuto quanto dalla stessa pubblicizzato, Movimento Consumatori le ha inviato una diffida inibitoria. "Molti utenti - spiega Marco Gagliardi dell'ufficio legale dell'associazione - hanno denunciato l'impossibilità di utilizzare, per eccessivo affollamento o scarsa collaborazione dei 'partners' di Groupalia, buoni per viaggi, per cene e per trattamenti estetici e dentistici. Altri hanno manifestato insoddisfazione per beni e servizi non corrispondenti per qualità e caratteristiche a quelli reclamizzati sul portale Internet". Secondo quanto previsto da due clausole contenute nelle condizioni di contratto sul sito della società spagnola, che opera tramite la formula "prendere o lasciare" in tempi rapidi, quest'ultima non sarebbe tuttavia responsabile né delle informazioni né dell'adempimento dei partners. "Movimento Consumatori ha contestato a Groupalia - afferma Gagliardi - la vessatorietà di tali clausole e, nel caso in cui quest'ultima non provvederà all'eliminazione delle stesse, impegnandosi a vigilare sull'adempimento da parte dei propri partners e a rispondere in caso di disservizi nei confronti dei consumatori, promuoverà un'azione collettiva inibitoria". Tutti coloro che abbiano subito inadempimenti da parte di Groupalia potranno segnalarli a Movimento Consumatori tramite l'email azioni.collettive@movimentoconsumatori.it.



Inps. Consumatori: "la Giornata della trasparenza è stata un'iniziativa di facciata"

"L'Inps continua a distinguersi come una delle massime espressioni di quella Pubblica Amministrazione restia ad ogni innovazione che abbia al centro le reali esigenze dei cittadini e una proficua collaborazione con le Associazioni che ne tutelano i diritti". È un giudizio senza appello quello formulato congiuntamente da Adoc, Cittadinanzattiva, Federconsumatori e Movimento Consumatori nei confronti dell'Istituto Nazionale Previdenza Sociale. "L'iniziativa promossa dall'Inps - affermano in una nota congiunta le associazioni dei consumatori - è soltanto formalmente una Giornata della Trasparenza. A differenza di quanto disposto dalla Legge Brunetta, infatti, l'Istituto non ha rispettato nessuno dei requisiti previsti, in particolar modo riguardo al coinvolgimento delle associazioni dei consumatori. I consumatori non sono stati coinvolti nelle fasi preparatorie e nemmeno nel dibattito, impedendo di fatto un confronto sulle

criticità che emergono dalle attività dell'Istituto. Ancora una volta l'Inps dimostra di non avere alcun interesse a rendere davvero trasparente il proprio operato, mentre continua a calpestare i diritti dei cittadini. Da almeno un anno, infatti, le organizzazioni dei cittadini, le associazioni di consumatori, di malati cronici e di disabili segnalano che, con la scusa della lotta ai falsi invalidi, l'Inps sta di fatto procedendo al taglio indiscriminato delle pensioni d'invalidità, delle indennità mensili di frequenza e delle indennità di accompagnamento anche nei confronti di coloro che sono nel pieno diritto di goderne".

Antitrust multa Ticketone. Soddisfatto il Movimento Consumatori

"L'accoglimento da parte dell'Autorità delle contestazioni mosse dalla nostra associazione ha portato alla multa di 50 mila euro per Ticketone" - afferma Monica Multari della segreteria nazionale MC. Movimento Consumatori aveva presentato un esposto all'Agcm che era servito ad avviare un'istruttoria su Ticketone, la società che vende

on line biglietti per musica, spettacolo, sport e cultura. Ticketone è stata condannata per la condotta adottata sul profilo informativo, con informazioni lacunose, incomplete o ambigue veicolate attraverso il sito Internet. Non sono stati riscontrati, invece, elementi sufficienti per parlare di violazione del Codice del Consumo in relazione ad altre pratiche relative alle modalità di gestione delle telefonate attraverso il call center, il blocco delle somme per transazioni non andate a buon fine e la gestione dei rimborsi dei biglietti di eventi annullati. "In merito a questo - commenta Monica Multari della segreteria nazionale del Movimento Consumatori - Invitiamo i cittadini a continuare ad inviare segnalazioni all'Antitrust per fornire ulteriori elementi di prova sull'esistenza delle altre pratiche commerciali scorrette. Auspichiamo inoltre un deciso intervento dell'Agcm anche in merito ai diritti di prevendita. Anche su questa questione abbiamo presentato un esposto e aspettiamo una decisione a riguardo" conclude la Multari.

* Consumers' Europa

Acquisti intelligenti per salvare il pianeta

La Commissione Ue ha scelto il web per diffondere il messaggio della campagna "Generation awake", che invita i consumatori a fare scelte intelligenti al momento della spesa. Per veicolare meglio il messaggio, sono stati realizzati alcuni spot in cui tre buste della spesa appena acquistate cantano con la chitarra per invitare i consumatori a fare scelte consapevoli. "Al supermercato pensa al pianeta", "stai attento quando fai la spesa, baby", esortano. Per diffondere gli spot della campagna è stato utilizzato Youtube, un sito internet (www.generationawake.eu) e una pagina Facebook.

Il messaggio che si intende trasmettere è chiaro: le risorse della Terra non sono infinite. Anzi, quelle per il 2011 sono già esaurite. Il 27 settembre abbiamo raggiunto l'Earth Overshoot Day, ossia il momento in cui il consumo di risorse è superiore alle risorse stesse disponibili per l'anno. Di questo passo, secondo le proiezioni delle Nazioni Unite, se non si prenderanno provvedimenti, nel 2050 l'umanità avrà bisogno di un secondo pianeta per sopravvivere a questi ritmi. È ovvio che la soluzione è quella di risparmiare le risorse preziose presenti sul nostro pianeta.

Di questi aspetti di rilevanza globale devono farsi carico anche i cittadini durante le semplici azioni che quotidianamente vengono svolte.

Il dato di fatto è che lo stile di vita attuale porta a gettare milioni di tonnellate di cibo nella spazzatura o ad accumulare prodotti che non verranno mai utilizzati e che sarà difficile smaltire. "Comprare è sinonimo di scelta, la scelta di fare un mondo di differenza per te e le risorse del pianeta" è il messaggio finale degli spot europei.

"Le buste della spesa spero faranno sorridere la gente - ha dichiarato Janez Potocnik, commissario Ue all'Ambiente - ma speriamo anche che la facciano pensare, è molto importante. Perché abbiamo veramente bisogno di riflettere su cosa acquistiamo, da dove arriva la merce e cosa succederà dopo l'uso. Le difficoltà economiche che stiamo affrontando sono certamente dolorose, ma c'è una potenziale crisi peggiore che ci aspetta. Viviamo in un mondo di risorse limitate e, francamente, le abbiamo usate come se non ci fosse nessun domani. Ma un domani esiste e se guardiamo ad un futuro non troppo distante, possiamo vedere grandi cambiamenti davanti a noi".

Sonia Chilà

* dalle sezioni

Campobasso

Stop ai disservizi postali

Gli utenti delle Poste stanno subendo in questi mesi notevoli disservizi. Gli sportelli PS, infatti, a causa di un organico insufficiente sul territorio, non riescono a far fronte alle richieste degli utenti. La conseguenza è che intere contrade di paesi, per mesi, non hanno ricevuto la posta e, a causa della rotazione del personale agli sportelli, si sono manifestati ritardi inaccettabili nella diffusione e nello smistamento delle missive e dei pacchi.

"È una situazione inaccettabile per i consumatori che usufruiscono del servizio, con enormi disagi e con conseguenti danni - ha spiegato Filippo Poleggi, presidente di MC Campobasso - Movimento Consumatori ha inviato quindi una contestazione su quanto accaduto e ha già prestato assistenza ai primi utenti, vittime di questo disservizio. La sezione invita i cittadini a segnalare ulteriori casi di mancato recapito o ritardi del servizio al nostro indirizzo email".

campobasso@movimentoconsumatori.it

Caserta

Nuova vita per i terreni confiscati

Movimento Consumatori e la Confederazione Italiana Agricoltori, attraverso Terra Verde, associazione formata dalle due organizzazioni, hanno ottenuto la gestione dei terreni confiscati alla camorra in località Santa Maria la Fossa, zona Casal di Principe. I terreni in questo modo potranno ritornare a offrire i prodotti tipici locali nella piena legalità e soprattutto si apriranno alla collettività grazie al grande valore sociale dell'operazione.

"Attraverso questo progetto contribuiremo a restituire alla collettività questi terreni - ha spiegato Ovidio Marzaioli, presidente della sezione del Movimento Consumatori di Caserta - L'intento, infatti, è proprio quello di creare su questi terreni una serie di attività che spaziano dall'allevamento alla coltivazione e produzione ortofrutticola e contribuire in questo modo alla rivitalizzazione di una parte di territorio importante per la nostra regione".

caserta@movimentoconsumatori.it

Palermo

MC: difendiamo il diritto all'istruzione

Negli ultimi giorni le famiglie palermitane hanno ricevuto la comunicazione da parte delle scuole della impossibilità di poter far frequentare gli asili comunali ai propri figli nel caso in cui vi siano pendenze tra la famiglia dell'alunno e l'amministrazione, per tasse relative ai servizi comunali. In caso di mancato regolare pagamento della tassa sui rifiuti, ad esempio, pare che le maestre abbiano invitato tali famiglie a firmare una richiesta di ritiro dei propri figli dagli asili fino alla regolarizzazione della posizione. "Abbiamo attivato uno sportello per ricevere le segnalazioni delle famiglie in relazione a questo comportamento dell'amministrazione che appare illegittimo e discriminatorio - ha affermato Carlo Lo Verde, presidente della sezione di Palermo - soprattutto in quanto coinvolge i più piccoli e il diritto all'istruzione in una fase della vita nella quale è fondamentale invece dedicare la massima attenzione educativa".

palermo@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative

ASSICURAZIONI

RC Auto: conoscere per risparmiare

La vostra polizza RC Auto è in scadenza? Dovete pagare la rata dell'assicurazione ed è molto costosa? Movimento Consumatori, Adusbef e Federconsumatori ricordano agli automobilisti che continua "R.C...Assicuriamoci il futuro", l'iniziativa promossa dalle tre associazioni per permettere agli assicurati RC Auto di scegliere la polizza assicurativa più conveniente in relazione alle proprie esigenze. Con il progetto "R.C...Assicuriamoci il futuro", realizzato con il patrocinio e il contributo finanziario del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU), Movimento Consumatori, Adusbef e Federconsumatori hanno l'obiettivo di agevolare l'accesso alle informazioni in materia contrattuale e tariffaria del settore e favorire la comparabilità delle offerte economiche per i premi assicurativi. Proprio a questo scopo è stato attivato il Preventivatore Unico che è lo strumento messo a disposizione dalle istituzioni - Ministero dello Sviluppo Economico e ISVAP - per confrontare, in base alla loro convenienza economica, i preventivi RC Auto di tutte le imprese operanti sul mercato. Il preventivatore è raggiungibile all'indirizzo Internet www.tuopreventivatore.it. Il link è presente anche nei siti dell'Isvap (www.isvap.it) e del Ministero (www.sviluppoeconomico.gov.it).

Anche sul sito delle associazioni è disponibile un ulteriore servizio che permette di calcolare on line il preventivo per la propria polizza RC Auto attraverso la comparazione delle tariffe disponibili. Inoltre, nell'ambito del progetto è stata realizzata "RC Auto e cittadini stranieri: quali criticità?", una ricerca che ha come obiettivo quello di offrire una corretta visione dei problemi degli stranieri in Italia in merito ai servizi assicurativi (il documento è scaricabile nei siti delle associazioni aderenti). Inoltre, Movimento Consumatori, Federconsumatori e Adusbef convinte dell'importanza dell'educazione stradale hanno prodotto il fumetto "La vita in gioco" in cui sono illustrati i principa-



li fattori di rischio alla guida. Per richiedere una copia del fumetto si può inviare un'email all'indirizzo info@movimentoconsumatori.it. Per garantire un filo diretto con il consumatore le tre associazioni hanno attivato anche diversi servizi di assistenza e informazione:

- un numero verde 800 17 23 41 attivo dal lunedì al venerdì dalle 9,00 alle 13,00;
- le sedi territoriali delle tre associazioni (gli indirizzi sono presenti nei siti di Federconsumatori, Adusbef e Movimento Consumatori);
- un forum "R.C.A".

Nel dettaglio

Nell'ambito del progetto "R.C...Assicuriamoci il futuro" è stato realizzato un forum sulle assicurazioni in cui gli automobilisti possono fare domande e confrontarsi con gli altri utenti, chiedere suggerimenti e consigli per scegliere, risparmiando, la polizza RC Auto più adatta a loro. Il forum è visionabile nei siti Internet delle associazioni aderenti all'iniziativa e all'indirizzo www.movimentoconsumatori.it nell'area tematica dedicata al progetto.

* Dire, fare, riciclare

Green cat: arriva il gatto ambientalista

In Italia, una famiglia su tre vive con piccoli animali in casa e considerando che più di sette milioni di gatti domestici allietano le case degli italiani, la massa di "sassolini" contaminati da buttare ogni anno risulta davvero impressionante. Un gatto di casa produce, da solo, 220 chilogrammi di rifiuti contro i 500 di una persona: un problema per la famiglia che vuole riciclare il 65% dei propri rifiuti. Nelle grandi città, le lettiere finiscono nei sacchi neri che verranno poi smaltiti nell'inceneritore o nel termovalorizzatore. In altri comuni minori (dai 5000 ai 30.000 abitanti) si inseriscono le lettiere nei rifiuti organici che verranno poi riciclati attraverso il compostaggio. Una soluzione viene oggi offerta dalle lettiere compostabili o smaltibili nel gabinetto. In generale queste nuove lettiere sono interamente vegetali, rispetto a quelle tradizionali e non consumano territorio (meno cave). I "buoni prodotti" viaggiano con "buoni imballaggi" così Alframa, il produttore della lettiera prodotta con gli scarti della lavorazione dell'orzo, ha voluto innovare il proprio prodotto con un imballaggio altrettanto innovativo e sostenibile. Così in partnership con Comieco, Lombarda Imballaggi s.r.l. (produttore della scatola), Raffaella Mangiarotti e Seçil Ugur (progettisti) e con il supporto di Legambiente, l'usale imballaggio terziario - utilizzato per trasportare i sacchetti di lettiera dal produttore al distributore - è diventata una scatola idonea per il trasporto della lettiera a casa che si trasforma in una graziosa casetta per gatti; basta estrarre dalla scatola le quattro buste di lettiera, sollevare e incastrare le falde superiori per formare il tetto, aprire la porta... ed ecco pronto il nuovo gioco di design per il nostro adorato animale che da sempre apprezza il cartone!

www.comieco.org



FOCUS FAIRTRADE

Gli acquisti solidali fanno la differenza

I consumatori sono più attenti a cosa c'è sotto l'etichetta. Una quota sempre più consistente di persone include, tra i propri criteri di consumo, l'impatto che i loro acquisti possono avere nella vita dei produttori e dei lavoratori del Sud del mondo. È quanto emerge da una ricerca commissionata da Fairtrade International, di cui Fairtrade Italia è parte, e realizzata dall'istituto indipendente GlobeScan sulla base di 17.000 interviste realizzate in 24 Paesi. Sei persone su dieci (59%) ritengono di poter fare la differenza attraverso le scelte di consumo e hanno un'aspettativa alta rispetto alla responsabilità sociale delle aziende. Il 79% degli intervistati pensa che le aziende abbiano un ruolo importante nella riduzione della povertà e nel favorire lo sviluppo dei Paesi del Sud del

mondo, attraverso un modo più giusto di fare commercio. Una considerazione che si concretizza nella convinzione (condivisa dall'85% del campione) che un prezzo equo e stabile delle materie prime sia un aspetto cruciale di cui le aziende che trattano di caffè, cacao, banane, tè, zucchero di canna e tanti altri prodotti del Sud del mondo debbano tenere conto. Il 58% dei consumatori riconosce che il marchio Fairtrade permette di identificare se un bene è prodotto eticamente. Il 64% degli interpellati, tra coloro che hanno familiarità con il marchio, reputa che sia sinonimo di un sistema che dà la possibilità di ridurre la povertà nei Paesi in via di sviluppo. Il 61% dimostra una conoscenza ancora più dettagliata, riconoscendo nel marchio Fairtrade prezzi stabili e accesso al mer-

cato per i produttori del Sud del mondo. Il 63% (il 69% tra gli italiani) di chi già conosce il marchio crede che garantisca standard severi. Almeno 3/4 dei consumatori pensa che una certificazione indipendente sia il modo migliore per accertare le dichiarazioni di eticità di un prodotto. E, con l'89% degli intervistati, l'Italia è al primo posto tra i Paesi che stimano la certificazione un plus imprescindibile per attestare l'eticità. Il consumatore "sensibile" diventa promotore del sistema. E infatti il 29% del campione ha conosciuto il Fairtrade tramite la famiglia e gli amici, il 28% sul web (17% ricerche, 8% social media, 3% blog). Gli italiani spiccano per il passaparola. Quasi otto intervistati su dieci consiglierebbero ad amici, parenti e colleghi i prodotti Fairtrade.

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



**Più partecipazione
dei cittadini ai servizi
pubblici locali**

Sei d'accordo?

**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: "Crisi economica"

Quanto ha cambiato i tuoi consumi?

Molto. Devo fare sacrifici per i consumi essenziali

64%

Non molto. Ho rinunciato solo ai consumi superflui

28%

Per niente. Non ho modificato i miei consumi

8%

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

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

Il 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. Il Movimento 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 più di 60 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 inoltre a di-

sposizione una procedura di conciliazione per: Telecom, TIM, H3G, Vodafone, Wind, Fastweb, Poste Italiane, Bancoposta, Postevita, Bancaintesa, MPS, Edison, Enel, ENI, Sorgenia, Ania, Unipol, Trenitalia. MC sostiene tante realtà impegnate trasversalmente 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. Grazie agli osservatori Farmaci & Salute, Credito & Risparmio e Pubblicità ingannevole, MC ha promosso importanti campagne, tutelato migliaia di cittadini risparmiatori, vagliato centinaia di pubblicità verificandone fondatezza e non ingannevolezza.

diventa socio

Il Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnati 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 del Movimento Consumatori, che potranno scegliere la polizza "Contratto Protetto" o "Vita Privata" per ogni controversia futura alla data di iscrizione al MC.

Perché prevenire ti permette di far valere i tuoi diritti con ancora più forza!

Leggi le condizioni complete sul sito www.movimentoconsumatori.it o scrivi a info@movimentoconsumatori.it; oppure telefona allo 06-48.800.53 o rivolgiti alla sede MC più vicina.

Puoi diventare:

Socio simpatizzante - quota 15 euro:

iscritto al Movimento Consumatori con diritto all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto", per un anno.

Socio ordinario - quota 35 euro:

iscritto al Movimento Consumatori con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto", per un anno.

Socio Sostenitore - quota 50 euro:

iscritto al Movimento Consumatori con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento al mensile 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**

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

Per attivare il prima possibile il sistema di tesseramento invia una e-mail confermando i tuoi dati a:

tesseramento@movimentoconsumatori.it

oppure invia un fax allo 06-48.20.227 all'attenzione dell'ufficio tesseramento MC.

Informazioni: tel. 06-48.800.53

* Contatti

Sezioni e sportelli Ecco la rete territoriale

ABRUZZO

Vasto, tel. 0873 370783
Sulmona, tel. 349 3152513

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 2471188
Sanremo, tel. 0184 597675
Savona, tel. 340 0759343

LOMBARDIA

Bergamo, tel. 035 239565
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

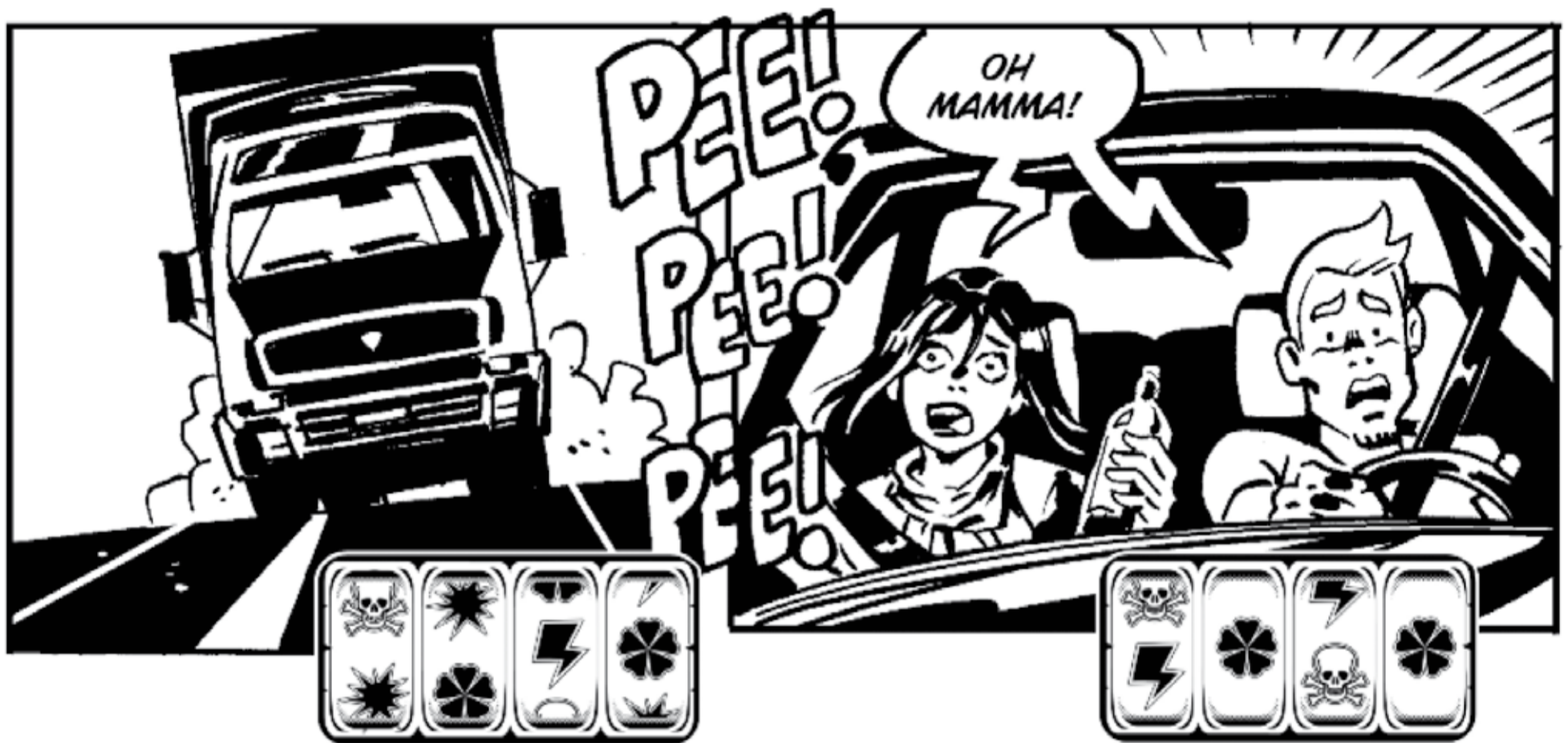
UMBRIA

Perugia, Tel. 075 5731074

VENETO

Padova, tel. 049 7897525
Treviso, tel. 0422 545000
Venezia-Mestre, tel. 041 5318393
Verona, tel. 045 595210

QUANDO SEI AL VOLANTE, NON GIOCARTI LA VITA GUIDA RESPONSABILMENTE



Scuola Romana dei Fumetti - www.scuolaromanadeifumetti.com



Immagini tratte dal fumetto "La vita in gioco" realizzato nell'ambito della campagna educativa sulla sicurezza stradale del progetto "RC...Assicuriamoci il futuro", promosso da Adusbef, Federconsumatori e Movimento Consumatori, con il patrocinio e il contributo finanziario del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU).

