



## Commercio

Al via la liberalizzazione degli orari dei negozi

Pag. 5



## Acquisti

Attenti alle "super" offerte on line

Pag. 6



## Alimenti

Le nuove etichette europee

Pag. 7



## Rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili

Pag. 8/11

# Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



gennaio 2012

Anno 04 N. 01

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

## SERVIZI PUBBLICI LOCALI

# DARE VOCE AI CITTADINI

La partecipazione dei consumatori al controllo della qualità dei servizi è regolata

da norme precise. Che spesso, purtroppo, vengono ignorate o attuate parzialmente

I servizi pubblici locali sono da anni al centro di progetti di riforma. I recenti interventi normativi hanno spinto verso una più ampia liberalizzazione del settore. Il Governo, che ha rivisto la disciplina dopo il referendum, ritiene quindi che sia questa la strada da percorrere. D'accordo anche l'Antitrust che però avverte che al contempo deve essere rafforzata la tutela dei cittadini anche e soprattutto attraverso la loro partecipazione diretta alla gestione e al controllo dei servizi. Pur all'interno di una disciplina non ancora omogenea e definita qual è quella che regola i servizi pubblici locali, nel nostro Paese le norme che garantiscono, in astratto, tutela e partecipazione dei consumatori esistono. Mancando l'applicazione concreta da parte degli enti locali, però, troppo spesso rimangono solo concetti astratti. Anche gli strumenti esistono, ma o non vengono utilizzati o vengono utilizzati parzialmente. Pensiamo alla "Carta di qualità", alla condivisione degli standard, al monitoraggio del servizio prestato dai gestori.

In questo dossier si cerca di fare il punto sulla liberalizzazione e su come gli strumenti a disposizione dei consumatori possono essere utilizzati concretamente.

dossier

da pagina 2 a pagina 3



## Banche. Stop alle polizze legate ai mutui



“E' considerata scorretta la pratica commerciale di una banca, di un istituto di credito o di un intermediario finanziario che ai fini della stipula di un contratto di mutuo obbliga il cliente alla sottoscrizione di una polizza assicurativa erogata dalla medesima banca istituto o intermediario.” Lo stabilisce l'articolo 36 bis del decreto "Salva Italia". La norma è fondamentale per porre fine ad una pratica che ha coinvolto migliaia di consumatori indotti alla sottoscrizione di polizze al momento della richiesta del mutuo per la casa,

nell'erronea convinzione che fosse obbligatorio. Sulla questione è intervenuto anche l'Isvap che ha da poco emanato una nuova disciplina specifica proprio per le polizze legate ai mutui. La norma regolamentare stabilisce che gli intermediari assicurativi, incluse le banche e altri intermediari finanziari, non possono ricoprire simultaneamente il ruolo di distributori di polizze e di beneficiari (o vincolatari) delle stesse. Si è posto fine in tal modo a un conflitto d'interesse penalizzante per i consumatori.

segue a pagina 4

## una buona notizia...

### Contraffazione. Un progetto per informare i giovani

L'Agenzia delle dogane ha avviato da tempo un confronto con le associazioni di categoria, con le associazioni dei consumatori e con le altre amministrazioni nazionali per contrastare i traffici illeciti di prodotti contraffatti. Il progetto "Falstaff per i giovani" nasce, ad esempio, con l'obiettivo di informare il target giovanile sui pericoli derivanti dall'alimentare, anche inconsapevolmente, il fenomeno della contraffazione e sui rischi connessi all'acquisto di prodotti non conformi.

## ...e una cattiva

### Saldi. Un flop annunciato

Partono malissimo i saldi invernali. E il calo degli acquisti conferma, purtroppo, le previsioni statistiche: le vendite sono diminuite almeno del 20% rispetto allo scorso anno. Sono state registrate file solo nei low cost e negli outlet, ma i negozi piccoli nei centri storici rimangono semivuoti. Le vie dello shopping più famose a Roma e a Milano sono meta soprattutto di ricchi stranieri. Gli italiani sembra che si accontentino di guardare.



## editoriale

### L'Italia cambierà rotta

di Lorenzo Miozzi\*

“Ma si rende conto che qua è buio e non vediamo niente”. “E che vuole tornare a casa, Schettino?”. E' una delle tante frasi della notte della tragedia della Costa Concordia che rimarrà per sempre nelle nostre menti insieme allo sgomento per l'assenza totale del senso di responsabilità, per l'indifferenza per conseguenze delle proprie azioni e per il senso di impunità. Purtroppo un simile atteggiamento non rappresenta l'eccezione, ma la regola per una parte del Paese figlia dell'ultimo quindicennio. In questi giorni assistiamo non solo al declassamento economico, quindi, ma anche a una deriva sociale e morale che speriamo abbia toccato il fondo. E' sconcertante realizzare che anche nei ruoli di maggiore responsabilità è possibile arrivare ad un comportamento come quello che abbiamo visto nel caso della Concordia.

Questa tragedia ci consegna anche uno spaccato di un'Italia che vede due persone della stessa regione, il comandante della Capitaneria di Porto e il comandante della nave, il primo su posizioni di inflessibile responsabilità, il secondo già in salvo a preoccuparsi di quanto facesse buio fuori. Una parte del Paese che vive la responsabilità come bussola della propria vita ed un'altra parte che l'ha persa grazie anche ad una cultura affermatasi negli ultimi quindici anni, dove tutto era possibile e giustificato, magari con una risata o una barzelletta finale. Mentre alcuni ancora ci raccontano di due "Italie" divise da confini geografici, quindi, la cronaca ci parla di due "Italie" divise da confini morali e da un diverso senso di responsabilità.

\*presidente del Movimento Consumatori

segue a pagina 4



## SERVIZI PUBBLICI LOCALI

## Consumatore, "l'ago della bilancia"

"In qualsiasi riflessione sui servizi pubblici - sostiene Lorenzo Miozzi, presidente MC - dobbiamo sempre tenere al centro il cittadino come soggetto sociale che partecipa alla gestione e al controllo della qualità"

Dossier a cura di Piero Pacchioli

Parlare di servizi pubblici e di servizi pubblici locali significa parlare della vita quotidiana di ognuno. Significa affrontare argomenti come i trasporti, i rifiuti, l'acqua, l'energia. E si comprende quale importanza la regolamentazione del settore possa rivestire per i consumatori e per il sistema economico italiano. Una gestione efficiente dei servizi, soprattutto in una situazione di crisi come quella che sta attraversando il Paese, è essenziale per evitare sprechi e aumentare la qualità della vita dei cittadini. Allo stato attuale non è però semplice individuare una regola uniforme per analizzare la gestione di questi servizi. Risulta addirittura complessa l'individuazione di cosa si intenda per servizi pubblici locali. Partendo dalla previsione del testo unico degli enti locali che dispone che: "gli enti locali, nell'ambito delle rispettive competenze, provvedono alla gestione dei servizi pubblici che abbiano per oggetto produzione di beni ed attività rivolte a realizzare fini sociali e a promuovere lo sviluppo economico e civile delle comunità locali" è possibile definire, in linea generale, il "servizio pubblico locale" come l'attività che si concreta nella produzione di beni e di servizi in funzione di un'utilità per la comunità locale non solo in termini economici, ma anche ai fini di promozione sociale. Concetto molto generale, appunto, che si presta a diverse interpretazioni, con conseguenti difficoltà nella regolamentazione del settore. Al di là della definizione, però, il vero nodo che ha impegnato nell'ultimo decennio il legislatore è rappresentato dalla regolamentazione della gestione dei servizi.

Solo per citare gli interventi più recenti, tra il 2008 e il 2009, abbiamo assistito ad una forte spinta alla liberalizzazione/privatizzazione. Prima con la manovra estiva del 2008 è stato introdotto l'articolo 23 bis del decreto legge 25 giugno 2008, n. 112 che prevedeva una disciplina dettagliata per la gestione e l'affidamento dei servizi pubblici locali di rilevanza economica. L'articolo in questione è stato poi modificato nel 2009 per essere poi abrogato definitivamente con il referendum di metà 2011. Il governo ha poi provveduto a regolare nuovamente la materia con il decreto legge 138 dell'agosto 2011.

Le questioni legate alle modalità di affidamento e di gestione dei servizi pubblici locali sono dunque molto complesse. L'intento del legislatore è evidentemente quello di arrivare ad una liberalizzazione del settore che consenta di passare da gestioni dirette a gestioni liberalizzate con lo scopo di elevare l'efficienza. La liberalizzazione del settore però non può essere considerata un punto di arrivo, ma un punto di partenza. E' il presupposto, appunto, perché si possa puntare sulla qualità dei servizi.

Con la progressiva liberalizzazione dei servizi, infatti, emerge sempre più rilevante il problema del controllo sulla qualità nell'erogazione del servizio.

Come ha affermato anche l'Agcm, fornendo un parere sull'ultima legge in materia approvata dal Parlamento, è necessario "accompagnare il processo di riforma del settore dei servizi pubblici locali con misure di garanzia dell'efficienza e della qualità della gestione del servizio, e ciò indipendentemente dalla natura pubblica o privata del gestore". L'Autorità poi ha aggiunto alcuni correttivi per andare nella direzione di un controllo sull'erogazione dei servizi: "Potrebbe ad esempio prevedersi un obbligo di pubblicazione, direttamente da parte del gestore o anche a cura dell'ente locale affidatario, di alcune misure di performance (livello qualitativo, prezzo medio per utente, livello degli investimenti effettuati)".

Sotto il profilo del controllo e della verifica della qualità del servizio erogato chiaramente è importante la partecipazione diretta dei cittadini e delle associazioni nel controllo della



qualità dei servizi. "In qualsiasi riflessione sui servizi pubblici - sostiene Lorenzo Miozzi, presidente di Movimento Consumatori, dobbiamo sempre tenere al centro il consumatore, non solo in quanto utilizzatore del servizio, ma anche e soprattutto come soggetto sociale che partecipa alla gestione e al controllo della qualità".

In questo senso già l'art. 101 del Codice del consumo prevede che agli utenti deve essere garantita, attraverso forme rappresentative, la partecipazione alle procedure di definizione e di valutazione degli standard di qualità. Sempre sulla stessa linea, la cosiddetta "Riforma Brunetta" sull'efficienza e sulla trasparenza delle pubbliche amministrazioni, prevede che i servizi pubblici nazionali e locali siano erogati con modalità che promuovano il miglioramento della qualità e assicurino la tutela dei cittadini e degli utenti e la loro partecipazione, nelle forme, anche associative, riconosciute dalla legge, alle inerenti procedure di valutazione e definizione degli standard qualitativi.

"Per rendere concrete tutte le previsioni normative sulla qualità e sul controllo dei servizi è necessaria però una seria applicazione della legge e soprattutto una corretta attuazione della norma prevista dalla Finanziaria 2008, comma 461 dell'articolo 2. Il provvedimento prevede una regolamentazione della procedura attraverso la quale i cittadini e le associazioni che li rappresentano possono essere coinvolti nei processi di definizione degli standard e di verifica successiva - spiega Miozzi - Solo con l'attuazione effettiva di queste previsioni tutti gli interventi di liberalizzazione dei servizi pubblici locali potranno soddisfare le aspettative di effettiva apertura del mercato a favore dei cittadini".

### \* La "class action pubblica"

Un possibile strumento a tutela dei consumatori per pretendere e ottenere il rispetto degli standard qualitativi dei servizi pubblici è la cosiddetta "class action pubblica". Introdotta dal ministro Brunetta nel 2009, l'azione consente di agire in giudizio nei confronti delle amministrazioni e dei concessionari di servizi pubblici, se derivi una lesione diretta, concreta ed attuale dei propri interessi. Tra i casi nei quali è consentito ai cittadini di agire si trova anche la violazione degli obblighi contenuti nelle "Carte di servizi", quindi la violazione di standard qualitativi e economici stabiliti, per i concessionari di servizi pubblici, dalle autorità preposte alla regolazione ed al controllo del settore e, per le pubbliche amministrazioni, definiti dalle stesse in conformità alle disposizioni di legge. L'obiettivo dell'azione è quello di consentire di ripristinare il corretto svolgimento della funzione o la corretta erogazione di un servizio nei casi in cui questo sia invece gestito in maniera scorretta. La class action tutela interessi "collettivi" ed è quindi applicabile nei casi in cui vi siano interessi giuridicamente rilevanti e omogenei per una pluralità di consumatori. Anche in questo caso siamo di fronte ad un meccanismo di controllo dei cittadini sulla gestione dei servizi pubblici. Per poter procedere è necessario preventivamente inviare una diffida all'amministrazione o al gestore e nel caso in cui non vi sia l'adempimento entro 90 giorni, è previsto il ricorso al giudice. La definizione del giudizio non può prevedere risarcimenti per i singoli consumatori, ma può prevedere l'ordine del giudice perché ottemperati a quanto dovuto. E' prevista anche una forma automatica di pubblicità della sentenza: le misure adottate in ottemperanza alla sentenza sono pubblicate sul sito istituzionale del Ministero per la pubblica amministrazione e l'innovazione e sul sito istituzionale dell'amministrazione o del concessionario soccombente in giudizio.



## SERVIZI PUBBLICI LOCALI

# Come partecipano i cittadini

L'articolo 2, comma 461 della legge Finanziaria 2008 dà indicazioni precise su come i consumatori debbano essere coinvolti: dalle consultazioni ai monitoraggi, passando per le verifiche

Come si attua in concreto la partecipazione dei cittadini alla gestione e al controllo della qualità dei servizi pubblici? Una norma del 2007 lo indica chiaramente, delineando modi e tempi di intervento dei consumatori. L'articolo 2 comma 461 della legge Finanziaria 2008, infatti, stabilisce una serie di criteri da rispettare al momento della stipula da parte di un ente locale di un contratto di servizio. Il contratto di servizio è quell'atto che regola i rapporti tra ente locale e soggetto gestore ed è la fonte primaria delle regole che disciplineranno l'erogazione del servizio. E' evidente che qualsiasi obbligo, compresi quindi quelli relativi alla partecipazione e alla trasparenza, debba essere previsto all'interno di questo documento. Per questo motivo la legge stabilisce che proprio nella fase di stipula del contratto debbano essere inserite alcune previsioni a tutela dei cittadini.

**Consultazione obbligatoria**

Deve essere prevista la consultazione obbligatoria delle associazioni di consumatori. Questa previsione consente di intervenire alla fonte della regolazione proprio nelle trattative che riguardano la definizione degli standard di servizio e consente di conoscere nel dettaglio le previsioni dei rapporti contrattuali tra ente locale e gestore.

**Verifica dell'adeguatezza**

Nel contratto deve essere presente la previsione che sia periodicamente verificata, con la partecipazione delle associazioni dei consumatori, l'adeguatezza dei parametri quantitativi e qualitativi del servizio erogato fissati nel contratto di servizio. Una volta approvato il contratto di servizio, quindi, e iniziata la gestione, i cittadini devono avere la possibilità di valutare se i livelli di servizio previsti originariamente siano effettivamente congrui rispetto all'applicazione pratica. La verifica dei parametri è possibile però solo nel caso in cui le associazioni siano messe in condizione di verificare direttamente, mediante monitoraggi, il rispetto dei parametri fissati nel contratto.

**Sistema di monitoraggio**

Deve essere previsto un sistema di monitoraggio del rispetto dei parametri fissati nel contratto e nella "Carta della qualità dei servizi". Deve essere svolto sotto responsabilità del Comune con una partecipazione delle associazioni di consumatori. Questa previsione è adattabile caso per caso potendo prevedere in taluni servizi la partecipazione diretta delle associazioni al monitoraggio e in altri il coinvolgimento nella fase di predisposizione delle "regole" del monitoraggio stesso. Normalmente purtroppo l'ente locale effettua monitoraggi senza contraddittorio e fornisce a posteriori i risultati alle associazioni. Prassi che non consente un'effettiva verifica e condivisione del monitoraggio stesso. E' di tutta evidenza poi che la norma si riferisce non soltanto ai monitoraggi



sulla qualità percepita dagli utenti, ma anche a quelli sulla qualità reale, vale a dire sull'effettivo rispetto degli obblighi di servizio.

**Sessione annuale di verifica**

Il contratto di servizio deve contenere la previsione di una sessione di verifica del funzionamento dei servizi durante la quale deve essere dato conto dei reclami, delle proposte o osservazioni pervenute dagli utenti anche tramite le procedure di conciliazione paritetica che devono essere previste nelle carte dei servizi. E' una previsione che costringe sia l'ente sia il gestore alla trasparenza sulla gestione e sui risultati in contraddittorio e pubblicamente. Si tratta però della fase conclusiva di un percorso complessivo che deve coinvolgere tutti i punti già elencati. Senza un coinvolgimento nella definizione del contratto, senza una verifica degli standard, senza un monitoraggio e senza una gestione condivisa dei reclami, risulterebbe impossibile oltre che inutile la previsione di una sessione di verifica.

**Finanziamenti**

Un'importante previsione è rappresentata dalla parte relativa alle

possibilità di finanziare le attività descritte. Si tratta di attività complesse che richiedono il coinvolgimento di personale qualificato e di tempo e, di conseguenza, in assenza di una previsione di finanziamento rischiano di diventare lettera morta. Individuare una quota per tali attività permette all'ente locale di non dover rinunciare alla trasparenza e alla partecipazione a causa di problemi di bilancio e al contempo di garantire le attività previste.

Queste sono le previsioni della legge alle quali va aggiunta l'obbligatorietà dell'emanazione della "Carta di qualità dei servizi". Una disciplina completa, quindi, che, se trovasse applicazione, consentirebbe una gestione più trasparente, efficiente e partecipata dei servizi pubblici. Le associazioni dei consumatori sono pronte e in questi anni hanno sviluppato modelli in grado di realizzare le previsioni. Le istituzioni però stentano ad attuare il dettato normativo e questo rallenta notevolmente la piena applicazione della legge a discapito dei cittadini.

M.G.

## La "Carta di qualità dei servizi"

La "Carta dei servizi" è il documento che contiene o dovrebbe contenere gli impegni che l'azienda assume nei confronti dell'utente. La disciplina nel nostro ordinamento risale al 1994 quando è stata introdotta una prima regolamentazione di questo strumento. Le prime "Carte" erano prevalentemente basate su un'ampia autonomia lasciata agli enti erogatori nella definizione del contenuto. C'è stata poi un'evoluzione verso una maggiore regolazione e verso la previsione di maggiori obblighi e vincoli per il soggetto erogatore. In questo modo la "Carta dei servizi", che si è trasformata successivamente in "Carta della qualità dei servizi", è diventata uno strumento centrale per la tutela dei cittadini. La disciplina odierna prevede, infatti, l'obbligo di emanarla, ma non solo. Tale "Carta" deve essere redatta e pubblicizzata in conformità ad intese con le associazioni dei consumatori e con quelle imprenditoriali interessate, deve indicare gli standard di qualità e di quantità relativi alle prestazioni

erogate così come determinati nel contratto di servizio, le modalità di accesso alle informazioni garantite, quelle per proporre reclamo e quelle per adire le vie conciliative e giudiziarie nonché le modalità di ristoro dell'utenza, in forma specifica o mediante restituzione totale o parziale del corrispettivo versato, in caso di inottemperanza.

"E' evidente come la 'Carta dei servizi' abbia subito una trasformazione seguendo quella che ha interessato i servizi pubblici stessi. Crescendo l'autonomia e la privatizzazione dei servizi si è reso necessario un bilanciamento che fornisse agli utenti uno strumento di verifica e di tutela" - dice Lorenzo Miozzi, presidente MC.

Le regole quindi esistono. Il problema è che troppo spesso vengono rispettate nella forma e quasi mai nello spirito. Perché questa "Carta" raggiunga lo scopo è necessario che sia effettivamente redatta secondo le leggi, ma è altrettanto necessario che

il gestore provveda alla diffusione delle informazioni presenti nella "Carta" tra i cittadini.

"Come Movimento Consumatori - spiega Marco Gagliardi del servizio legale dell'associazione - riteniamo che la 'Carta di qualità dei servizi' non possa risolversi in una brochure pubblicitaria dell'azienda, ma debba rappresentare lo strumento con cui l'utente viene a conoscenza dei propri diritti nei confronti del gestore. Il gestore deve poi essere obbligato con la stipula del contratto ad adottare una 'Carta di qualità dei servizi' con contenuti predefiniti.

E' necessario che la 'Carta', nel caso in cui il servizio venga aggiudicato tramite una gara, sia allegata agli atti e costituisca parte integrante del contratto di servizio. Già nel contratto deve essere prevista una procedura di conciliazione paritetica o altra via conciliativa, con l'intervento delle associazioni dei consumatori".



## DOPO IL REGOLAMENTO ISVAP

# Polizze legate ai mutui, addio

La banca che impone come obbligatoria una polizza legata al mutuo realizza una pratica commerciale scorretta. Lo ha stabilito il governo nel decreto "Salva Italia"

segue dalla **prima**

La disposizione, che entrerà in vigore il 2 aprile 2012 in modo da offrire agli operatori un congruo periodo di adeguamento, è stata adottata al termine di un processo di pubblica consultazione che ha interessato, oltre al mercato, le principali associazioni dei consumatori che hanno condiviso l'impostazione del provvedimento. L'intervento regolamentare trae origine dalla rilevazione di prassi di mercato pregiudizievole per i consumatori nell'offerta di polizze in cui gli intermediari assumono anche la veste di beneficiari (o vincolatari), in un mercato - quello delle polizze connesse a mutui e prestiti da parte di banche e intermediari finanziari - che ha raccolto 2,4 miliardi di euro nel 2010.

Già nel 2009 l'ISVAP aveva effettuato una prima indagine sulla distribuzione delle polizze assicurative abbinata a mutui e prestiti personali, rilevando che:

- 1) le polizze abbinata a mutui e prestiti, sebbene non obbligatorie, sono di fatto imposte dalla banca e dagli intermediari finanziari al cliente quale condizione per accedere al mutuo o al prestito;
- 2) le polizze sono vendute quasi esclusivamente in forma di premio unico, da pagare anticipatamente all'atto dell'accensione del mutuo o prestito, spesso con aggiunta del premio all'importo finanziato;
- 3) la banca (o l'intermediario finanziario) richiede al cliente di essere designata come beneficiaria o vincolataria delle prestazioni offerte dalla polizza allo scopo quasi esclusivo di soddisfare propri interessi (protezione della posizione creditoria, riduzione del capitale di vigilanza, immediatezza della riscossione in caso di sinistro);
- 4) la banca (o l'intermediario finanziario) ottiene il soddisfacimento di tali interessi facendo gravare il costo della polizza sul cliente e richiedendo l'applicazione di provvigioni esorbitanti;
- 5) a causa di tali politiche di prezzo, le polizze in abbinamento a mutui o prestiti presentano aliquote provvigionali medie più elevate (44% con punte del 79%) rispetto a quelle distribuite dagli agenti (20%).

Ad esito dell'indagine l'Autorità, dopo aver sollecitato, senza risultati significativi, le principali

associazioni di categoria ad intervenire sui propri aderenti allo scopo di creare le condizioni per introdurre maggiore concorrenza e ridurre i livelli provvigionali, era intervenuta con un primo regolamento (n. 35), poi parzialmente annullato dal Tar del Lazio per vizi procedurali.

Nell'ambito della seconda pubblica consultazione, l'Isvap nell'aprile 2011 ha effettuato una nuova indagine conoscitiva sulle polizze abbinata a mutui e finanziamenti che non ha evidenziato

modifiche nelle pratiche di vendita, continuando a registrare l'applicazione di livelli provvigionali molto elevati, con punte dell'80% dei premi. A titolo di esempio, sono risultati casi in cui ad un cliente di 40 anni per un'assicurazione temporanea per il caso di morte a copertura di un mutuo ventennale di 200.000 euro è stato chiesto un premio in unica soluzione di 9.636 euro, di cui 3.854 euro per la copertura tecnica del rischio e 5.782 euro per costi complessivi, di

cui 5.011 a titolo di provvigione per l'attività di intermediazione (ossia il 52% del premio complessivo).

Isvap e Governo hanno quindi emanato due provvedimenti positivi per i consumatori che potrebbero essere completati, come segnalato anche dall'Antitrust, introducendo il divieto per la banca che stipula un mutuo o un finanziamento di vendere contemporaneamente una polizza collegata a quel contratto.



## editoriale

### L'Italia cambierà rotta

segue dalla **prima**

Crediamo che l'Italia responsabile alla lunga prevarrà e potrà risollevarsi, lasciando indietro quella parte che invece guarda la nave affondare dalla costa. Un segnale forte di cambiamento arriva, ad esempio, dall'attività della Guardia di Finanza che intensificando i controlli riesce a individuare evidenti settori di evasione fiscale. Cortina e Roma sono stati esempi importanti di un'impostazione nuova. Anche in questo caso però la resistenza al cambiamento è forte se è vera la reazione di contrarietà del sindaco di Cortina.

Come per le liberalizzazioni, anche i controlli contro l'evasione fiscale sono provvedimenti che vanno bene solo se toccano gli altri. Il rispetto delle regole dovrebbe essere la base della convivenza civile e i controlli della Guardia di Finanza la regola e non l'eccezione. Sicuramente poi le istituzioni, a qualsiasi livello, non dovrebbero contrastare questa attività. E invece in questi tempi, siamo costretti a fare i conti con simili comportamenti. I cittadini però, lo dicono i son-

daggi, sono favorevoli ai controlli e sta crescendo la credibilità sia internazionale sia interna del nuovo governo.

La serietà dell'esecutivo sta riconquistando un Paese stanco dei tanti Schettino, della ridicolizzazione del nostro ruolo internazionale, della giustizia ad personam. Questo cambiamento si riflette anche sul dibattito politico che ora sembra potersi concentrare sui contenuti e non sullo spettacolo. Sul confronto nel rispetto delle diverse posizioni. Dopo anni di assenza di una politica seria, dopo il blocco delle liberalizzazioni, dopo riforme discutibili, adesso crediamo nella possibilità di risollevarsi l'Italia partendo dalla responsabilità. Quella di prendere decisioni coraggiose per il futuro del Paese, di chiedere sacrifici ai cittadini ma anche di colpire gli evasori, di portare avanti le liberalizzazioni anche tra le resistenze delle corporazioni.

Lorenzo Miozzi



## LIBERALIZZAZIONI

# Negozi, orari senza vincoli

Molte Regioni dicono "no" alla nuova norma e hanno fatto sapere di essere pronte a ricorrere alla Corte Costituzionale. I favorevoli invece minacciano di rivolgersi all'Antitrust...

Con il decreto "Salva Italia", il Governo Monti ha sbloccato una situazione che era ferma da anni: i vincoli all'apertura degli esercizi commerciali e, nello specifico, le limitazioni dei giorni e degli orari. Tentativi di liberalizzare il settore erano già presenti nelle manovre estive del governo, ma non si erano mai trasformati in legge. La situazione, prima dell'intervento di Monti, era ferma all'ultimo provvedimento del 2006, inserito appunto nelle lenzuolate di Bersani, che prevedeva la sperimentazione della liberalizzazione per le località turistiche. Il Governo Monti ha eliminato anche questo limite e ha allargato la liberalizzazione a tutto il Paese, con la conseguenza che da gennaio 2012 tutti gli esercizi possono decidere giorni e orari di apertura.

Movimento Consumatori, da sempre favorevole alle liberalizzazioni ha accolto con favore il provvedimento. "La liberalizzazione degli orari dei negozi - secondo Lorenzo Miozzi, presidente MC - va vista come un inevitabile processo che fa parte della naturale evoluzione sociale, un mutamento che l'Italia è chiamata a gestire e a soddisfare, per non correre il rischio di frenare lo sviluppo del Paese. Con il tempo, cambiano i ritmi della nostra vita: non possiamo pensare che le esigenze dei cittadini di oggi siano uguali a quelle di 50 anni fa. Sarebbe anacronistico e dannoso per la crescita economica italiana". "Siamo convinti, ad esempio, - continua Miozzi - che le aperture domenicali porteranno nuove assunzioni, ed è questa la strada da seguire per garantire lo sviluppo economico del Paese. Chi cerca di rallentare i processi di apertura del mercato sta semplicemente portando avanti battaglie di mezzo secolo fa. La liberalizzazione degli orari commerciali, in virtù del suo carattere sociale e al di là della norma prevista dalla manovra Monti, era solo questione di tempo". Per quanto riguarda l'impatto economico delle nuove aperture, uno studio del Cermes della Bocconi, realizzato nel 2009, supporta l'idea che una maggiore flessibilità negli orari dei negozi possa portare a una crescita dell'economia. Raddoppiando le aperture domenicali e festive, dalle attuali 16 a 32, ad esempio, si stima che i consumi totali aumenterebbero di 3,9 miliardi di euro con un'incidenza dello 0,25 per cento sul Pil.

Nonostante la legge sia chiara, come spesso capita parlando di liberalizzazioni, interpretazioni, contestazioni e richieste di chiarimento si sono subito palesate, rendendo l'applicazione a macchia di leopardo sul territorio.

Gli enti locali, infatti, si sono divisi sulla questione. Alcuni comuni hanno accolto la liberalizzazione e da subito hanno dato corso alle nuove regole. Altri, come ad esempio il Comune di Milano o la Regione Toscana, hanno avuto un approccio più critico al provvedimento. La Regione Toscana, ad esempio, ha contestato duramente il decreto e preannunciato un ricorso. Il Comune di Milano ha rimandato l'applicazione a marzo 2012 utilizzando la proroga concessa dal decreto stesso per l'entrata in vigore.

Il punto critico è quello che riguarda la potestà di regolare il settore. Chi è favorevole al provvedimento ritiene che si tratti di un intervento sulla concorrenza e, come tale, riservato alle leggi dello Stato, i contrari ritengono che riguardi il commercio e quindi rientrante nella potestà legislativa delle regioni. Le critiche sul metodo però sono comunque critiche al merito. Molti assessorati sono infatti contrari alla liberalizzazione che sottrae alle loro competenze una leva di azione per il governo dei territori. "Le liberalizzazioni vere non sono certo queste - dice l'assessore al Commercio, Franco D'Alfonso - Norme simili sono addirittura lesive dell'autonomia dei Comuni, che devono poter regolare la vita di una città. In ogni caso, visto che la legge è legge, il nostro obiettivo è di arrivare a provvedimenti il più possibile concordati con tutte le categorie".

Diversa la visione di Roma. L'assessore alle Attività produttive, Davide Bordoni ha confermato che la Capitale darà corso

al provvedimento mentre la Regione Lazio sembra più restia. Napoli, invece, appoggia senza condizioni il decreto. "Noi ci eravamo già mossi in maniera autonoma per promuovere le liberalizzazioni degli orari dei negozi" ha affermato de Magistris - Questa legge nazionale è una strada che condividiamo in pieno. L'assessore al Commercio dovrà fare le sue valutazioni, ma nel frattempo se i negozi di Napoli vogliono cominciare ad adeguarsi, io sono felice". Chiusura invece a Torino. «Sono molto preoccupata per questa legge - ha detto l'assessore al Commercio, Giuliana Tedesco. E lo sono soprattutto per via della sicurezza: locali notturni e sale da gioco potranno darci molto da pensare. Ma non solo. Credo che alla fine questa liberalizzazione si risolverà in una lotta senza quartiere fra centri commerciali e supermercati, a danno dei negozi piccoli e medi". Divisione tra favorevoli e contrari anche tra le parti sociali. Contrari al provvedimento i sindacati: "La totale deregulation stabilita con questo decreto è un regalo alla grande distribuzione, mentre si presenta come una penalizzazione per le piccole e medie realtà del commercio e un ulteriore colpo ai lavoratori del settore che saranno costretti a regimi di orario ancora più penalizzanti e, in particolare i dipendenti dei piccoli esercizi vedranno aumentare il rischio di perdere il proprio posto di lavoro". Contro il provvedimento anche Confcommercio, mentre per Federdistribuzione il provvedimento è da condividere. Tanto che per voce del presidente Coboldi Gigli ha annunciato "ricorsi all'Antitrust contro ogni situazione che risulterà in contrasto con i principi stabiliti nel decreto 'Salva Italia'. Le aziende associate ricorreranno al Tar ogni qualvolta le amministrazioni locali adotteranno ordinanze limitative della facoltà di apertura domenicale e festiva dei punti vendita, e dunque in contrasto con la nuova legge nazionale".

P.P.

## \* Cittadini favorevoli e contrari

Cosa pensano i cittadini della liberalizzazione degli orari? E' ancora presto per giudicare l'apprezzamento della manovra di gennaio, ma negli anni sono stati elaborati diversi sondaggi tra i consumatori, soprattutto incentrati sull'apertura domenicale, per capire quale fosse l'effettiva domanda di una maggiore apertura degli esercizi commerciali. Una recente ricerca dell'Ipsos, ad esempio, effettuata per conto del Ministero del Turismo (su un campione di 1000 persone), dice che la liberalizzazione piace al 78% degli italiani. Favorevole è l'82% dei "responsabili degli acquisti", il 76% dei residenti in un Comune a vocazione turistica e il 65% degli abitanti nelle grandi città. Non solo: il 71% degli intervistati sarebbe d'accordo ad estendere questo provvedimento a tutti i Comuni italiani (il 26% è contrario).

Parlando di realtà locali, due sondaggi, svolti in Puglia e nella città di Mestre fanno emergere un dato simile per quanto riguarda le aperture domenicali. La maggioranza dei pugliesi vorrebbe i negozi aperti almeno due domeniche al mese o tutte le domeniche dell'anno secondo un sondaggio commissionato dalla Regione all'istituto Troisi sulla base di un campione di 1.068 residenti nei capoluoghi di provincia. Il 25,7% degli intervistati si è detto favorevole a tutte le domeniche, il 31,9% a due domeniche al mese, e il 22,9% ad almeno una volta al mese.

Anche dal sondaggio svolto da Movimento Consumatori a Mestre emerge un sostanziale apprezzamento per l'apertura domenicale. Sei su dieci degli intervistati, secondo l'indagine svolta tra gli associati MC (sono 280 gli iscritti che hanno risposto al questionario somministrato via email) sono favorevoli all'apertura.

I sondaggi però non sono univoci. Secondo quello della "Dr. Gruber & Partner" di Bolzano, ad esempio, la maggioranza degli altoatesini è contraria ad un'apertura domenicale dei negozi. Secondo la rilevazione, l'84% degli intervistati è contrario anche al di fuori delle località turistiche.



## GRUPPI D'ACQUISTO ON LINE

# Attenti alle offerte da favola

I consumatori sono sempre più attratti dai bazar virtuali dove all'apparenza si possono fare veri e propri affari. Ma gli inconvenienti ci sono e spesso risultano difficilmente risolvibili

di Marco Gagliardi

Computer, navigatori, smartphone, lettori di e-book, home theatre mai consegnati, difficoltà per prenotazioni, servizi scadenti in centri estetici o addirittura palestre che hanno chiuso i battenti. subito dopo aver registrato centinaia di iscritti. Queste solo alcune delle segnalazioni ricevute da Movimento Consumatori da utenti scontenti per i servizi di Groupalia, Groupon e Let's Bonus. Attraversata l'ultima frontiera, quella del commercio on line, il consumatore-navigatore è oggi sempre più attratto dai bazar virtuali, dove frugando tra i banchi telematici si trovano beni e servizi che sembrano estremamente convenienti, ma anche, troppo spesso, fonte di cocenti delusioni e controversie difficilmente risolvibili. Su letsbonus.it, groupalia.it e groupon.it gli sconti pubblicizzati sono infatti davvero impressionanti e riguardano beni e servizi di tutti i tipi: mentre scriviamo, su Groupalia è possibile spendere, ad esempio, un "coupon" per acquistare fasce snellenti per il 50% del loro valore, trattamenti estetici per 35 euro invece che 100, godere di una cena sudamericana per due per soli 19 euro; su Groupon sono pubblicizzati imperdibili corsi d'inglese, per il costo di 79 euro invece che 810, sedute di trattamenti estetici per eliminare "macchie cutanee, cicatrici o rughe" a 129 euro invece che 800; su Let's Bonus fanghi con l'88% di sconto rispetto al prezzo normale, oppure cene esotiche con il 60% di sconto, notebook o satellitari scontatissimi. Si possono poi trovare anche beni elettronici e viaggi, sempre a prezzi stracciati. La formula dei mercati on line è sempre quella del gruppo d'acquisto virtuale, con adesione entro il termine specificato sul sito, nella modalità "conto alla rovescia", "prendere o lasciare". Raggiunto un numero minimo di aderenti l'affare si conclude e il consumatore "spende" un buono (anche coupon) preacquistato per ottenere la consegna del bene o il servizio.

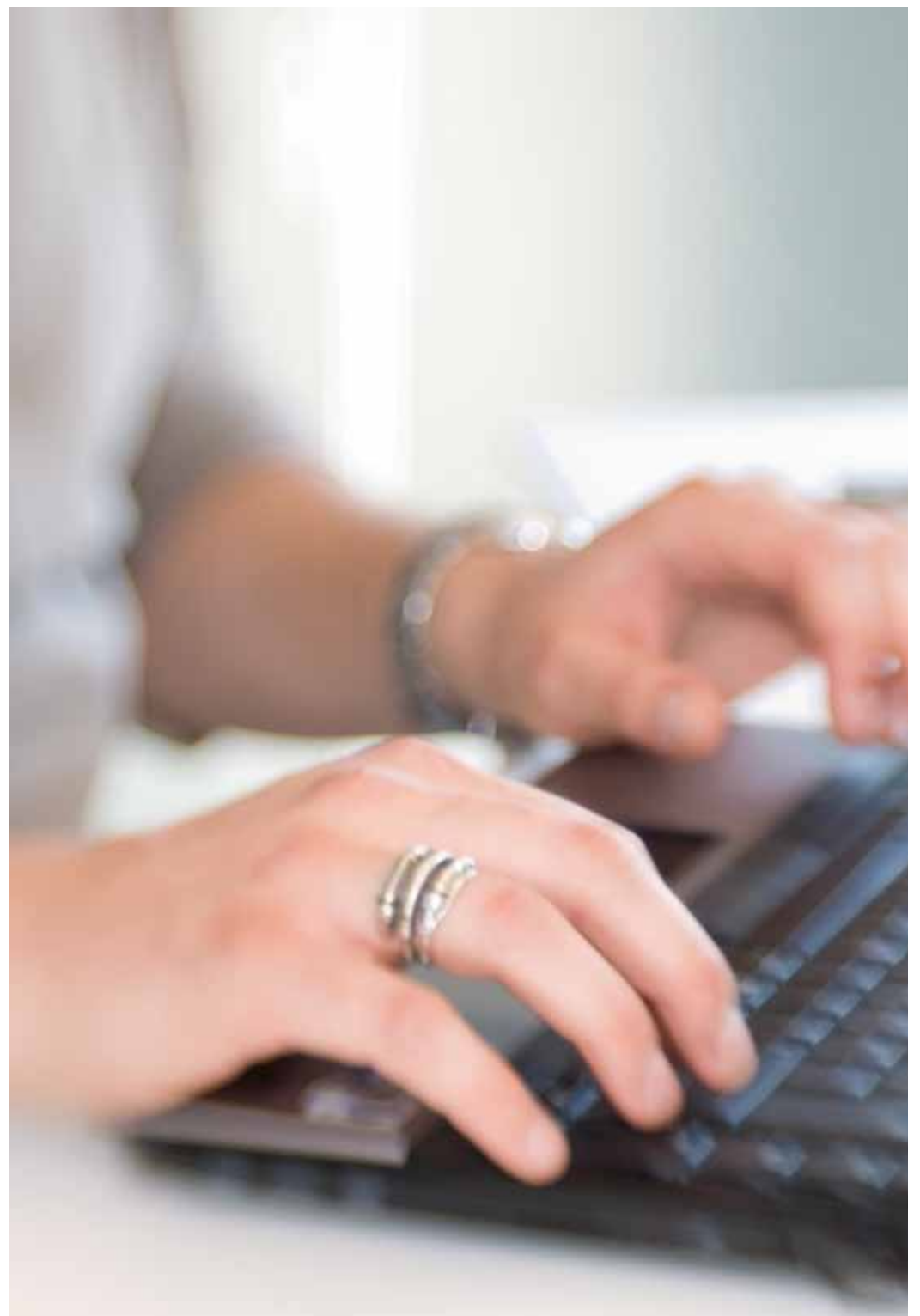
Come dire di no alle allettanti proposte dei mercati di Groupalia, Groupon e Let's Bonus? Perché non aderire ai loro gruppi d'acquisto? Cosa succede però se il "partner" del bazar virtuale chiude improvvisamente, oppure non spedisce i

prodotti e offre una qualità che niente ha a che vedere con quella pubblicizzata? Che cosa succede se invece di servire piatti prelibati a base di pesce offre le classiche portate dei ristoranti cinesi? O che cosa succede poi nel "post vendita", quando il bene elettronico non funziona? E se il bene non viene neanche consegnato?

Nascono inevitabilmente problemi. Movimento Consumatori, sommerso dalle richieste di aiuto, ha sbirciato nelle condizioni generali di contratto delle tre piattaforme per verificare se i siti Internet che hanno promosso il servizio o venduto il bene per conto del "partner" possano opporre al consumatore clausole contrattuali volte ad escludere la propria responsabilità o che neghino o ostacolino la restituzione di quanto pagato dall'utente, oppure il risarcimento del danno.

Effettivamente è così. Groupalia.it, soggetto nei confronti del quale MC ha ricevuto il maggior numero di segnalazioni, nelle proprie condizioni di contratto ha inserito una clausola che esclude la propria responsabilità nel caso in cui il servizio descritto nel sito, su "indicazioni fornite dal partner", non corrisponda a quello effettivamente reso e con un'altra clausola non garantisce la "conformità, l'esattezza, la sicurezza e la qualità del servizio o del prodotto". E' possibile rivolgersi al numero che fornisce l'"assistenza clienti", peccato però che il numero sia a pagamento.

Pare inoltre, che sia difficile ottenere da Groupalia la restituzione di quanto pagato. Ciò nonostante la piattaforma sia responsabile nella scelta e nel controllo sull'operato dei propri partners e sia tenuta a verificare quanto pubblicizzato sul sito. Analoghe limitazioni di responsabilità sono contenute nelle condizioni di contratto di letsbonus.it e di groupon.it. MC nel dicembre del 2011 ha diffidato formalmente Groupalia ad eliminare le clausole che, tuttavia, sono ancora in Rete. Se Groupalia e i concorrenti non elimineranno o modificheranno tali clausole, secondo l'associazione vessatorie, verranno avviate azioni collettive per ottenere in via giudiziaria l'inibitoria all'utilizzo. Verrà inoltre inviato un esposto all'Antitrust perché venga valutata l'adozione di pratiche commerciali scorrette. I consumatori possono mandare le loro segnalazioni a [azioni.collettive@movimentoconsumatori.it](mailto:azioni.collettive@movimentoconsumatori.it).



## \* Antitrust sempre in azione

La Rete, spesso e volentieri, è diventata per antonomasia un luogo dove è possibile scegliere tra tantissime offerte, trovare in un clic quello che stiamo cercando e soprattutto risparmiare anche cifre considerevoli cogliendo le molteplici proposte on line.

Ma attenzione, va bene prendere al volo l'offerta migliore, mai abbassare la guardia in un mondo, quello virtuale, dove puoi trovare di tutto, anche chi tenta di ingannare i consumatori, proponendo acquisti "corredati" da informazioni insufficienti e poco trasparenti.

In Rete, il controllo del rispetto delle regole diventa, per alcuni versi, più difficile, anche perché le attività di vendita sul web si moltiplicano a vista d'occhio e sono estremamente differenziate.

Ecco alcuni provvedimenti sul commercio on line messi in atto dall'Antitrust nell'anno che si è da poco concluso. Nel novembre 2011, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, a seguito di un esposto presentato da Movimento Consumatori, ha multato TicketOne, la nota società che vende on line biglietti per concerti di musica, spettacoli, eventi sportivi e culturali. TicketOne è stata condannata per la condotta adottata sul profilo

informativo, per aver fornito notizie lacunose, incomplete o ambigue veicolate attraverso il proprio sito Internet. Qualche mese prima, a marzo 2011, sempre in tema di commercio on line, l'Antitrust aveva sanzionato le agenzie turistiche su Internet Expedia, Opodo e E-dreams per complessivi 415 mila euro, al termine di tre distinte istruttorie. L'Autorità ha accertato l'esistenza di pratiche commerciali scorrette, consistenti in una scarsa trasparenza nelle informazioni rivolte ai consumatori, tramite l'illustrazione incompleta e ingannevole di tariffe vantaggiose, di meccanismi di assicurazione dei pacchetti-vacanza poco chiari, addebiti su carte di credito non dovuti per transazioni non completate, gestione scorretta dei reclami.

L'Antitrust ha anche riconosciuto che i siti Internet in questione svolgono attività assimilabile a quella delle agenzie di viaggio e non sono responsabili per gli adempimenti dei soggetti fornitori di servizi turistici, allo stesso tempo, però possono essere considerati responsabili in caso di colpa nell'esecuzione del mandato e, in particolare, per "colpa in eligendo" nella scelta dell'organizzatore del pacchetto o del terzo fornitore del singolo servizio turistico, nonché per "colpa in vigilando" rispetto all'operato del fornitore.





## RIFORMA EUROPEA

# La nuova etichetta arriva... lentamente

I Paesi dell'Unione avranno dai tre ai cinque anni di tempo per uniformarsi alle regole dettate dalla nuova disciplina che garantisce più informazioni per i consumatori

di Alessandro Mostaccio\*

**N**uovamente ci troviamo di fronte ad una disciplina sull'etichettatura dei prodotti alimentari. Questa volta ha matrice europea. E, contrariamente a quanto da molti temuto, non ha contraddetto la disciplina che l'Italia ha approvato ad inizio 2011. Da un lato è una buona notizia. L'Europa non smentisce l'impianto della nuova disciplina adottata dall'Italia e si consolida l'indicazione di origine dei prodotti come elemento di trasparenza e presupposto ineludibile della conoscenza, e quindi, eventualmente, dell'esercizio di pratiche di consumo più consapevoli e critiche. Il solco è ormai tracciato. Ma si procede troppo lentamente. Gli Stati membri avranno dai tre ai cinque anni per adeguarsi a questa disciplina che è stata partorita dopo forti mediazioni e reciproche concessioni tra istituzioni e aziende del settore. Un braccio di ferro durato più di quattro anni. E in più dai tre ai cinque anni per adeguarsi. Possibile? Un lungo dibattito che ha permesso alle aziende di prendere tempo. E poi, tre o cinque anni per integrare il contenuto delle etichette e rimpagnarle? Tanto per cambiare abbiamo la prova del fatto che, a livello europeo, vi è una sensibilità smisurata rispetto alle esigenze dell'industria agroalimentare. E che i consumatori vedono affermarsi i propri diritti, solo quando ciò è veramente ineludibile (ad esempio, quando emergenze alimentari di varia natura, derivanti da politiche di industria alimentare scellerate ci travolgono di tanto in tanto). L'Italia è in anticipo di un anno su questa normativa, ma non è messa molto meglio sull'esecuzione della legge di cui si è dotata. Ad oggi stiamo ancora aspettando la maggior parte dei regolamenti attuativi. La speculazione finanziaria internazionale distrugge intere economie nazionali in pochi giorni e i governi reagiscono con l'imposizione di tributi, con effetti quasi ad horas ed invece, quando si tratta di costruire, di adottare regole economiche di convivenza sono necessari anni per affermare livelli minimi di trasparenza. Con questa nuova disciplina si è reso obbligatorio in tutta Europa il rispetto di alcune obbligazioni. Tra i più significativi quello di mettere ben in evidenza in etichetta la tabella nutrizionale, l'indicazione degli allergeni nell'elenco degli ingredienti, una dimensione minima per i caratteri con cui sono scritte le etichette, il divieto di indicazioni fuorvianti. L'obiettivo è quello di aumentare il numero e la qualità delle informazioni a disposizione del consumatore per fare delle scelte consapevoli. Sono molti coloro che leggono questi tipi di interventi normativi come la migliore arma per la difesa del made in Italy. Certamente sono uno strumento nella lotta alla piaga dell'italian sounding: spesso il consumatore è tratto in inganno da etichette che riportano dizioni che richiamano all'italianità, quando, invece, il prodotto nasce da materie prime stra-



niere. Il testo del regolamento obbliga a indicare in etichetta la provenienza degli ingredienti agricoli qualora la descrizione e/o l'illustrazione dell'alimento possa indurre in errore. Tali previsioni sono utili a conoscere la provenienza di un alimento, ma di lì a dire che abbiamo risolto il nodo di questa alimentazione globalizzata... L'indicazione di origine, se veritiera, permette di conoscere la provenienza di cosa si acquista. Ma è più importante conoscere il livello di contaminanti presenti in quell'alimento. Nel senso che la

provenienza di un prodotto, spesso, non informa sulla sua salubrità. Si limita a dire dove è stato coltivato. Per cui, non è il caso di attribuire al suo inserimento in etichetta la demiurgica capacità di fare chiarezza su cosa mangiamo. Di tutelare la salute dei consumatori e di sviluppare una politica agricola che faccia dell'Europa un modello di sicurezza non si parla ancora. Distinguere il nostro continente per una presa di distanza dall'uso massivo della chimica in agricoltura, non è all'ordine del giorno. Ora accontentiamoci di veder esteso l'obbligo dell'origine anche alle carni suine, avicole e ovi-caprine, come già accade per le carni bovine, il miele, l'olio d'oliva, la frutta fresca e gli ortaggi. Accontentiamoci, e qui lo diciamo senza ironia, di veder introdotta, la "dichiarazione nutrizionale" e di poter riprendere confidenza con le equivalenze, (le informazioni dovranno essere espresse per 100 grammi o per 100 ml se non saranno espresse in porzioni).

\*responsabile settore Alimentare MC

## \* Le novità del regolamento

- **Tabella nutrizionale.** Gli alimenti confezionati devono avere una tabella con sette elementi (contenuto energetico, grassi, acidi grassi saturi, carboidrati, proteine, zuccheri, sale) riferiti a 100 grammi o 100 ml di prodotto.
- **Dimensione minima.** Le diciture obbligatorie sulle etichette devono essere visibili.
- **Luogo di provenienza.** È obbligatorio indicarlo per la carne suina, ovina, caprina e il pollame (così come era già stato previsto per quella bovina).
- **Scadenza.** Deve essere riportata anche sui prodotti confezionati singolarmente.
- **Allergeni.** Le informazioni devono essere fornite anche per cibi non imballati. Nella lista degli ingredienti, poi, devono essere messi in risalto con il grassetto o il colore.
- **Acqua.** Deve essere dichiarata l'acqua aggiunta se nel prodotto finito è superiore al 5%.
- **Caffeina.** Le bibite, escluse tè, caffè e quelle a base di queste bevande, che contengono più di 150 mg/l di caffeina devono riportare la scritta "Tenore elevato di caffeina", introdotta nel 2003, e l'avvertenza "Non raccomandato per bambini e donne in gravidanza o nel periodo di allattamento".
- **Insaccati.** I salumi insaccati devono indicare quando l'involucro non è commestibile.
- **Oli e grassi vegetali.** Non basta più scrivere "oli/grassi vegetali", bisogna indicare la tipologia (soia, palma, arachide, ecc.).
- **Congelati e surgelati.** Un alimento congelato o surgelato venduto scongelato deve riportare sull'etichetta la parola "scongelato". Bisogna indicare giorno, mese e anno di surgelazione o congelamento nei prodotti ittici, nella carne e nelle preparazioni a base di carne surgelati o congelati non lavorati.
- **Indicazioni fuorvianti.** I consumatori non devono essere fuorviati dalla presentazione degli imballaggi alimentari, dal loro aspetto, dalla descrizione, dalla presentazione grafica. Devono essere facilmente identificabili gli alimenti simili ad altri, ma prodotti con ingredienti diversi (come, ad esempio, i "simil-formaggi", prodotti con materie vegetali). La carne o il pesce ottenuti dalla combinazione di più parti dovranno essere indicati come "carne/pesce ricomposti".



# Consumers' approfondimenti

## PARLIAMONE



### Liberalizzazioni: riorganizzare i settori economici e produttivi per il rilancio della crescita

di Gustavo Ghidini\*

Le liberalizzazioni sono un argomento complesso e come tale deve essere affrontato. Prima che economico sono un fatto culturale che deve essere acquisito e metabolizzato sia dai cittadini sia dalla politica. Troppo spesso invece assistiamo alla svalutazione delle varie proposte relegate a battaglie contro o a favore di una determinata classe o "casta" che viene di volta in volta individuata. Tassisti, benzinai, giornalisti, commercianti, avvocati e via discorrendo. Il problema non riguarda battaglie o prese di posizione contro questa o quella categoria. Le liberalizzazioni riguardano il futuro del Paese e la riorganizzazione di settori economico-produttivi necessaria per il rilancio della crescita. Avendo sempre chiaro questo punto di arrivo si comprende meglio anche la strada che bisogna percorrere. Strada lunga e tortuosa nella quale i problemi principali non sono certo rappresentati da benzinai, edicolanti o tassisti. Porre l'accento solo su questo, anche a livello mediatico, rappresenta un errore e una distorsione del concetto stesso di liberalizzazione. Solo la visione di lungo periodo consente infatti di inquadrare gli interventi di oggi nel contesto generale della crescita a medio/lungo termine. Si capisce allora che benzinai e edicolanti, ad esempio, non rappresentano una casta di "ricchi" che deve essere colpita, ma che i settori nei quali operano devono essere riorganizzati come tanti altri. E' evidente che interventi su farmaci e su benzina non possano, da soli, risollevare il Paese. Anche le liberalizzazioni di Bersani non erano certo pensate una tantum. Erano impostate come processo nel quale la verifica

annuale, attraverso la legge sulla concorrenza, avrebbe rappresentato il periodico aggiornamento e il necessario "aggiustamento" degli interventi. Per le vicende che conosciamo, quell'esperienza si è interrotta. Speriamo che da questa nuova fase di liberalizzazioni del Governo Monti possa invece derivare un cambio culturale nella classe politica che spinga a comprendere che, indipendentemente dallo schieramento, alcuni interventi sono necessari e soprattutto devono avere continuità. Potremo così forse finalmente assistere a interventi nel settore bancario e assicurativo, dell'energia o dei trasporti. Settori nei quali le storture rappresentano davvero un nodo che, sciolto, potrebbe portare benefici importanti per i cittadini. I problemi irrisolti delle grandi reti come quelle che governano i trasporti e delle regole per una effettiva liberalizzazione sono priorità irrinunciabili come anche il riordino dell'organizzazione dei servizi bancari e finanziari nei quali tra costi sempre crescenti e asimmetrie informative abissali, i consumatori perdono ogni anno migliaia di euro. Interventi sono necessari, sempre in tema di istituti di credito, per quello che riguarda i conflitti di interesse creati dalla partecipazione incrociata tra istituti finanziari che dovrebbero essere "concorrenti". Lo denuncia l'Autorità garante della concorrenza e del mercato da anni. Un intervento serio e efficace su questi settori oltre alla crescita consegnerebbe al Paese una nuova visione delle liberalizzazioni e potrebbe costituire il punto dal quale la crescita potrebbe ripartire.

\*presidente onorario del Movimento Consumatori

## \* Ripensare la salute

### Omeopatia: luoghi comuni da sfatare

Rimedi omeopatici, medicina alternativa... ecco alcuni dei principali errori che si commettono quando si parla di omeopatia, tema di cui spesso si discute in tv, in radio, nei giornali, in Rete, ma non sempre in modo corretto e appropriato. Sull'omeopatia esistono alcuni luoghi comuni che è opportuno chiarire per evitare di creare confusione nel pubblico su un argomento "di per sé" già complesso. Spesso si parla di "rimedi omeopatici", un termine che richiama alla mente preparati dal contenuto misterioso. In realtà gli omeopatici sono medicinali a tutti gli effetti: lo Stato Italiano ne ha ufficialmente riconosciuto lo status con D. Lgs. 219/2006. Altro luogo comune diffuso è che l'omeopatia sia una medicina alternativa, "un'altra medicina". In realtà, la medicina è una sola ed è costituita da tre fasi: diagnosi, prognosi e terapia; è una possibile terapia che il medico ha a disposizione nella cura dei propri pazienti. Uno dei vantaggi dei medicinali omeopatici è l'assenza di interazioni note: non esistono rischi nell'associare un medicinale omeopatico ad altre terapie e/o farmaci, con i quali spesso i medicinali omeopatici hanno un effetto sinergico: una ragione in più per percorrere la strada dell'integrazione e della complementarietà. Altra convinzione comune è che l'omeopatia sia utile solo nelle patologie lievi. In realtà i campi d'applicazione sono numerosi: prevenzione, cura di malattie croniche (forme allergiche respiratorie o cutanee croniche, artrosi, ipertrofia prostatica benigna, cistiti ricorrenti, bronchiti croniche, infiammazioni ricorrenti delle prime vie aeree nei bambini, osteoporosi) sino ad arrivare, come testimoniano diversi studi clinici, alla cura degli effetti secondari delle terapie oncologiche. Sovente, si tende poi a confondere l'omeopatia con la fitoterapia. In verità la fitoterapia è un metodo terapeutico che utilizza solo sostanze di origine vegetale, mentre l'omeopatia si avvale di sostanze appartenenti al regno vegetale, animale e minerale. Inoltre la fitoterapia cura per mezzo di estratti di piante a dosi ponderali, mentre l'omeopatia con medicinali ottenuti da diluizioni e dinamizzazioni della sostanza di partenza.

Edoardo Felisi, pneumologo, esperto in omeopatia

## \* Consumers' web



Il Salvagente, il noto settimanale di informazione per i consumatori è anche in Internet, con una versione quotidiana ricca di notizie e di informazioni utili al cittadino. Nel sito web è dato largo spazio alle news, agli approfondimenti e alle consolidate rubriche che ospita anche il settimanale cartaceo disponibile in edicola il giovedì. On line c'è di tutto un po' per essere sempre aggiornati sul mondo del consumerismo. Il Salvagente.it è, nella veste grafica e nei contenuti, un vero e proprio quotidiano, che ha un occhio particolare e una ormai consolidata sensibilità per tutto quello che può risultare interessante e utile per i consumatori.

<http://www.ilsalvagente.it>

## tra le righe di Lorenzo Miozzi

### Giornalisti in trincea contro la corruzione

Vero e proprio giornalismo d'inchiesta come da noi non si usa quasi più: la giornalista Lydia Cacho da anni è minacciata a causa dei suoi libri che denunciano i narcos messicani. La sua ultima "sfida", appena pubblicata in Italia dalla casa editrice Fandango si intitola "Memorie di un'infamia" e narra del suo arresto (in realtà, un sequestro da incubo) ad opera della polizia messicana, una vera e propria persecuzione in un luogo in cui i giornalisti sono presi di mira, minacciati ed assassinati a decine ogni anno. Nonostante i consigli dello United Nations Human Rights Council, la Cacho non si è allontanata dal Messico. Vive nel suo Paese e continua ad investigare e a denunciare. La pubblicazione di questo libro giunge dopo "Los Demonios del Eden", in cui la scrittrice svela la potente rete di pedofilia in Messico. Questo coraggioso testo ha reso famosa la Cacho, ma la costringe a vivere sotto scorta.



Lydia Cacho  
**Memorie di un'infamia**  
Fandango  
314 pagine - 16,50 euro

"Supermarket mafia", scritto dal siciliano Marco Rizzo spiega come la mafia finisce nel nostro carrello della spesa, "Un po' per ignoranza, un po' per pigrizia - dice Rizzo - trasformando i consumatori in favoreggiatori inconsapevoli". Il volume ripercorre l'iter che porta il cibo sulle nostre tavole, dalla produzione alla vendita al dettaglio, fino all'italian sounding, la forma più diffusa di contraffazione del marchio made in Italy nel settore agroalimentare. "Sono partito da un breve excursus della mafia latifondata dell'Ottocento per arrivare alle recenti condanne inflitte al 'Re Mida' Giuseppe Grigoli, prestanome di Messina Denaro - spiega Rizzo - passando per la rivolta degli schiavi di Rosarno, fino all'imprenditore campano Pagano, titolare di una ditta che ha fatto da anello di congiunzione con gli affari del clan dei Casalesi, e alle speculazioni sulle cassette di legno della frutta a Gela, per finire col business del trasporto su gomma".



Marco Rizzo  
**Supermarket mafia**  
RX Edizioni  
175 pagine - 14,00 euro



# Consumers' notizie

## NOTIZIE DAL MONDO DEL CONSUMERISMO

### Tessera del tifoso: è illegittima

Il Consiglio di Stato ha stabilito che la modalità con cui oggi viene rilasciata la tessera, potrebbe rappresentare una pratica commerciale scorretta e ha ordinato al Tar del Lazio (che aveva respinto il primo appello) di fissare una nuova udienza. Secondo MC finalmente si coglie la natura di pratica commerciale scorretta utilizzata dalle principali società calcistiche che hanno subordinato il rilascio della tessera del tifoso alla richiesta di carte prepagate.

"L'eccessiva riluttanza mostrata dall'Antritrust - dice Monica Multari dell'ufficio legale MC - ad esaminare approfonditamente gli esposti presentati dalle associazioni dei consumatori (quello del Movimento Consumatori risale ormai ad oltre un anno fa) desta molte perplessità, vista la chiara scorrettezza posta in essere nei confronti dei tifosi, come dimostrato anche dall'indagine compiuta dalla nostra associazione sui moduli di richiesta della tessera del tifoso". Secondo l'indagine, molte squadre di serie A (fra le quali, Milan, Inter, Lazio, Napoli, Udinese, Fiorentina) prevedono un unico modulo per l'emissione della tessera del tifoso già comprensiva della funzionalità di carta prepagata ricaricabile.

"Auspichiamo, pertanto - conclude la Multari - che, prima ancora di attendere la decisione sul merito da parte del Tar, l'Agcm voglia riprendere in esame le contestazioni mosse ed avviare un procedimento volto ad accertare le scorrettezze denunciate".

### Protocollo conciliazioni Eni: le associazioni di consumatori ritirano l'adesione

Movimento Consumatori insieme a Altroconsumo, Assoutenti, Casa del Consumatore, Cittadinanzattiva, Codici, Confconsumatori, CTCU, Federconsumatori, Movimento Difesa del Cittadino, ha ritirato la propria adesione al protocollo di conciliazione extragiudiziale paritetico vigente Eni/associazioni dei consumatori. Una decisione maturata in seguito alla valutazione negativa sui risultati raggiunti dopo circa due anni: solo il 20% delle conciliazioni si è concluso positivamente per i cittadini. Ha senza dubbio contribuito a questa grave decisione anche la situazione inconcludente al tavolo di confronto (aperto da circa 1 anno) sulla revisione del regolamento di conciliazione. Le associazioni dei consumatori hanno prodotto un documento, in risposta all'indagine conoscitiva svolta dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas sulle conciliazioni nel settore energetico, con il quale individuano le aree di

criticità, nonché una serie di proposte concrete finalizzate ad un loro superamento e poste al tavolo con Eni, ma senza trovare una volontà dell'azienda a dare risposte concrete alle istanze avanzate. Tutto questo si inserisce in un contesto estremamente grave, in cui il mercato di settore è caratterizzato dalla forte crescita (+50% dei reclami rispetto l'anno scorso) di fenomeni distortivi quali doppie fatturazioni, attivazioni non richieste, pratiche commerciali scorrette. "Il ritiro dell'adesione al protocollo - hanno spiegato le associazioni - è un segnale importante, per rivendicare una svolta nelle conciliazioni con Eni e in tutto il settore energia, dove persistono numerose situazioni critiche. Vogliamo estendere a questo settore la positiva esperienza della conciliazione paritetica, ben collaudata da oltre 15 anni nei settori bancario, postale e delle telecomunicazioni, con soddisfazione dei consumatori per i risultati ottenuti. Un'esperienza che è stata recentemente adottata come best practice nella proposta di documento della Commissione europea per

la soluzione delle controversie tra cittadini consumatori e venditori di beni e servizi".

### Trasporti. Consumatori: bene ordinanza Enac su Aeroporti di Roma

Dopo che si è rischiato il blocco del nuovo sistema di smistaggio bagagli di Aeroporti di Roma (rischio rientrato con l'opportuno intervento dell'Enac) i Consumatori chiedono al ministro Passera di fare chiarezza. "Ringraziamo l'Enac per l'intervento che ha scongiurato, per ora, il rischio di chiusura dal 1° gennaio 2012 da parte di Aeroporti di Roma, del nuovo sistema di smistamento bagagli NET 600. L'intervento ha evitato che fossero i cittadini a pagare, in termini di inefficienze e di ritardi, i risultati di uno scontro tra ADR e le compagnie aeree" - dicono Adiconsum, Adoc, Cittadinanzattiva, Federconsumatori e Movimento Consumatori. Le cinque sigle chiedono al ministro dello Sviluppo economico di intervenire rapidamente, al fine di scongiurare il ripetersi del rischio e di fare chiarezza sull'intera vicenda.



## \* Consumers' Europa

### 2015. Obiettivo: rilanciare il commercio on line

Entro il 2015 raddoppiare i volumi dell'economia e delle vendite on line in Europa: è questo l'obiettivo del piano di azione della commissione Ue.

Il piano è frutto di un'iniziativa congiunta dei commissari all'agenda digitale Neelie Kroes, al mercato interno Michel Barnier e ai consumatori John Dalli. Sono sei i punti focali dell'azione dell'euro-esecutivo: un migliore accesso per i consumatori ai prodotti e servizi on line (inclusi film e musica); modi più semplici per comprare e pagare prodotti e servizi via web; un sistema di consegna più efficiente; più trasparenza degli operatori e dei prezzi pubblicizzati su Internet; rete più veloce e migliore accessibilità per più cittadini; migliore informazione e protezione contro gli abusi.

Si parla quindi del diritto ad una scelta informata (il consumatore deve sapere con chiarezza cosa sta per comprare, il costo finale della transazione, l'identità e l'indirizzo del venditore); regole certe sulla spedizione (che deve avvenire a 30 giorni dall'acquisto, dopo i quali il consumatore può cancellare l'ordine); il diritto di cambiare idea fino a 14 giorni dopo l'acquisto, grazie al quale il consumatore può restituire il bene, per qualsiasi motivo, e ottenere il rimborso entro i successivi 14 giorni. E per un costo superiore ai 40 euro, è previsto che sarà il commerciante a dover pagare la spedizione.

Il piano intende completare le leggi esistenti sul commercio on line per favorire l'incremento di un settore che potenzialmente può aiutare a creare nuovi posti di lavoro e crescita economica. Le azioni per raddoppiare i volumi dell'economia on line fanno parte di una serie di iniziative che include anche la creazione di una Single European Payment Area (Area unica di pagamento europea) per garantire un ambiente in cui i pagamenti on line possano essere fatti in modo semplice e integrato. Senza dimenticare però tutta una serie di interventi atti a rafforzare la tutela del consumatore per stroncare le frodi e gli abusi che si diffondono sul web. Tra le proposte spicca quella relativa alla creazione di un sistema europeo di notifica sui contenuti illegali dei siti che offrono credito al consumo. La Commissione Ue è convinta che "il commercio transfrontaliero on line abbia un grande potenziale di crescita non ancora sfruttato".

Sonia Chilà

## \* dalle sezioni

### Lombardia

#### Un progetto per cittadini "digitali"

Con il progetto "Informati@zziamoci", finanziato dalla Regione Lombardia, Movimento Consumatori, Adiconsum, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Difesa del Cittadino e Unione Nazionale Consumatori intendono formare e informare i cittadini sulle opportunità e sulle potenzialità degli strumenti e delle tecnologie digitali, con iniziative di alfabetizzazione anche allo scopo di superare il "digital divide". L'accessibilità a tutti i servizi digitali esistenti (Posta Elettronica Certificata, Carta Regionale dei Servizi, Servizi on line, Fascicolo Sanitario Elettronico, ecc...) renderà gli utenti sempre più protagonisti nei rapporti con la PA, sviluppando in loro uno spirito di collaborazione con le istituzioni. Nell'ambito del progetto, verrà realizzata una ricerca in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, finalizzata a verificare la conoscenza da parte dei cittadini lombardi dei servizi digitali tuttora disponibili e di quelli la cui attivazione sarebbe auspicabile.

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

### Venezia

#### MC promuove "Musicalmestre"

La musica classica sbarca al Palaplip di via San Donà, grazie alla manifestazione "Musicalmestre", l'iniziativa culturale nata dall'inedita collaborazione fra il Conservatorio di Venezia "Benedetto Marcello", il Movimento Consumatori e la cooperativa Sesterzo. Fino al 18 marzo 2012, l'ex centrale del latte di Mestre ospiterà concerti di altissimo livello, all'interno di una programmazione che vede impegnati i musicisti, i docenti e i migliori allievi del Conservatorio che si esibiranno sia come solisti sia in gruppi da camera estremamente differenziati. Il pubblico avrà il piacere di ascoltare le memorabili opere di una grande varietà di autori: da Stravinskij a Mozart, da Vivaldi a Beethoven, da Bach a Rossini, da Gerswhin a Chopin fino a Bizet, Carulli, Korsakov e molti altri ancora. Ulteriori informazioni sulla manifestazione e la programmazione completa dell'iniziativa "Musicalmestre" sono disponibili sul sito Internet [www.sportellodelconsumatore.com](http://www.sportellodelconsumatore.com).

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

### Andria

#### Trenitalia peggiora il servizio

MC insieme alle altre associazioni di consumatori dell'Istituto Pugliese del Consumo ha contestato a Trenitalia il peggioramento del servizio sulle linee notte dei treni che collegano la Puglia con il Nord, l'aumento dei prezzi dei biglietti e la scarsa trasparenza sulle promozioni pubblicizzate. Negli ultimi mesi, infatti, è stato verificato un peggioramento della qualità del viaggio causato dalla soppressione di alcuni collegamenti e dai cambi imposti nelle tratte Sud/Nord. Le associazioni hanno inviato una diffida a Trenitalia come primo atto di una class action. E' stato inoltre istituito un numero verde 800661834 per raccogliere i reclami di utenti al fine di verificare la possibilità di azioni di risarcimento danni per i numerosi disservizi subiti dai viaggiatori. Al fine di verificare il rispetto degli standard di servizio, inoltre, le associazioni hanno chiesto alla Regione di poter intraprendere azioni di monitoraggio sulla qualità del servizio previste dalla normativa nazionale.

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



# Consumers' iniziative

## TURISMO

### Movimento Consumatori alla Bit 2012

L'associazione è presente per la prima volta alla Borsa Internazionale del Turismo, che si svolge presso la Fieramilano a Rho, da giovedì 16 a domenica 19 febbraio, dalle 9.30 alle 18.30. La Bit mette in scena la 32esima edizione dell'esposizione e porta in campo il meglio dell'offerta turistica nazionale e internazionale: oltre 5.000 realtà del settore provenienti da 130 Paesi che presentano i propri prodotti e servizi. Centrali in questa edizione i temi legati alla comunicazione e alle nuove tecnologie, quali ad esempio mobile travel, social commerce, travel blogging, social media strategy, destination marketing, che negli ultimi anni hanno mutato l'industria turistica e il modo di approcciarsi agli utenti. Movimento Consumatori è presente all'interno del padiglione 3 "ITALY", dedicato all'offerta turistica italiana e alle proposte di enti, regioni, comuni e province. Gli operatori dell'associazione distribuiscono materiale informativo sui diritti dei viaggiatori prodotto nell'ambito del progetto "Diogene. La lanterna del consumatore", realizzato in partnership con Federconsumatori e Adusbef con il contributo del Ministero dello Sviluppo economico. In linea con uno dei temi centrali della manifestazione, MC presenta il software "La lanterna del turista", accessibile agli utenti dal sito [www.lalaternadidiogene.it](http://www.lalaternadidiogene.it). La piattaforma, articolata in una parte informativa e in una operativa, è un utilissimo strumento per tutti i turisti, per affrontare al meglio gli eventuali disagi e disservizi in cui si possono imbattere in viaggio. Nella parte informativa sono presentate le problematiche più frequenti, divise per tema (Pacchetti turistici, Pernottamento, Ristorazione, Sicurezza, Salute e Trasporti), con le indicazioni su cosa fare in ogni circostanza, i contatti utili e l'eventuale modulistica da utilizzare. La parte operativa è rappresentata dal motore di ricerca che contiene i recapiti di enti, istituzioni e aziende, censiti per più di 100 località. Navigando sulla mappa dell'Italia o selezionando dal menu a



tendina presente in home, è possibile individuare, secondo la località nella quale ci si trova, il soggetto competente, per ciascun disservizio, a ricevere la segnalazione o il reclamo. Ai visitatori viene data anche la XV edizione della "Carta dei Diritti del Turista" del Movimento Consumatori, tradotta in occasione della manifestazione, anche in lingua inglese. La carta, aggiornata al "Codice del turismo", affronta le tematiche giuridiche e contrattuali più frequenti, facendone un'utile guida ai principali diritti e doveri di chi viaggia.

#### Nel dettaglio

Per ulteriori informazioni sulla Borsa Internazionale del Turismo si può visitare il sito [www.bit.fieramilano.it](http://www.bit.fieramilano.it).

Il software "La lanterna del turista" è accessibile agli utenti dal sito del progetto "Diogene" - [www.lalaternadidiogene.it](http://www.lalaternadidiogene.it). Qualora i problemi non fossero risolvibili nell'immediato utilizzando i recapiti indicati, il turista in difficoltà può rivolgersi anche al numero verde Diogene 800 8212 63, attivo dal lunedì al venerdì, dalle ore 9.30 alle ore 13.30.

#### \* Dire, fare, riciclare

### Sostenibilità: sfide, rischi e opportunità

La Global Reporting Initiative è stata istituita nel 1997 allo scopo di sviluppare linee guida, applicabili a livello globale, per la redazione di un "rapporto di sostenibilità", che descriva gli impatti di natura economica, ambientale e sociale che l'impresa o l'organizzazione genera attraverso le proprie attività. In organizzazioni di tutte le dimensioni, regioni e tipologie ci sono persone che prendono decisioni quotidianamente. Queste decisioni hanno impatti negativi e positivi non solo per l'organizzazione stessa, ma anche nel mondo circostante. La somma di tutte queste decisioni crea le condizioni economiche, ambientali e sociali del mondo in cui viviamo. Le piccole e medie imprese, le organizzazioni non governative, gli enti pubblici e le grandi aziende hanno tutti un ruolo chiave nel nostro presente e futuro. L'abilità nel misurare e gestire il loro impatto economico, sociale e ambientale, e di progettare sulla base di queste informazioni, è fondamentale nella crescita dello sviluppo sostenibile.

Il network del Global Reporting Initiative (GRI) ha contribuito a questo scopo con la creazione di un Reporting Framework che aiuti le organizzazioni a redigere report sulla propria performance di sostenibilità. Uno degli scopi chiave del reporting di sostenibilità è aiutare le organizzazioni piccole e meno piccole in questo processo fondamentale di conoscenza e cambiamento. Il vantaggio più importante di tutti è, forse, il capire come l'organizzazione può in modo concreto ed efficace contribuire ad un futuro sostenibile. Nel 2011 anche Comieco ha aderito alle linee guida sottoponendo al controllo del GRI il proprio programma Specifico di Prevenzione ed ottenendo il riconoscimento del livello di applicazione C. La verifica del Livello di applicazione del GRI non rappresenta un giudizio sul valore o la qualità del report e dei suoi contenuti, ma è una dichiarazione sul grado di utilizzo del GRI Reporting Framework.

[www.comieco.org](http://www.comieco.org)



## FOCUS FAIRTRADE

### Biomassa e fotovoltaico per i produttori del Kenya

Ci sono tante evidenze che dimostrano che i produttori Fairtrade riescono non solo a ridurre la loro impronta ecologica, ma anche la loro spesa energetica. Iriaini Tea Factory, sita a Othaya a 150 km a nord di Nairobi, ogni anno aveva bisogno dai 20.000 ai 25.000 alberi come risorsa combustibile. Ci vogliono dagli otto ai dieci anni perché nuovi alberi siano pronti per la combustione, e la situazione cominciava ad essere insostenibile. "Abbiamo trovato parte della soluzione nella biomassa" dichiara Mathew N'genda, manager di Iriaini Tea Factory. "Foglie, arbusti, ramoscelli, segature, scarti di lavorazione del tè e pannocchie sono diventati, con un macchinario apposito acquistato grazie al Fairtrade Premium, pellet, il nostro nuovo legno. Sono più efficienti del

legno, bruciano meglio perché hanno meno umidità e sono economici. Da poco abbiamo cominciato a produrre dei pellet più piccoli per uso domestico. Il nostro obiettivo è che entro il 2013 tutti i 6.000 produttori di Iriaini e le loro famiglie utilizzino la biomassa". Tambuzi è una piantagione keniota di rose che lavora nel circuito Fairtrade da poco più di un anno. Su 250 lavoratori impiegati, la metà sono donne. Uno dei primi investimenti realizzati grazie ai profitti del Fairtrade è stato l'acquisto dei piccoli kit solari da installare nelle case dei lavoratori. Se prima la maggior parte dei lavoratori di Tambuzi usava il cherosene per l'illuminazione, ora ognuno ha il suo impianto fotovoltaico. Maggie Hobbs, manager di Tambuzi, ci spiega che "abbiamo invitato cinque aziende

a mostrarci i loro prodotti e poi democraticamente abbiamo scelto il nostro fornitore. Comprandone molti siamo riusciti ad ottenere un ottimo prezzo, circa metà di quello di mercato, e a darli con dei finanziamenti agevolati". "Prima spendevamo sette dollari al mese per la paraffina, oggi ne spendiamo tre per l'impianto fotovoltaico che nel giro di poco sarà nostro. Ora mentre io cucino i miei figli possono fare i compiti nella loro camera, possiamo avere fino a quattro luci, la radio, il caricabatterie del cellulare allo stesso tempo. Ma soprattutto abbiamo più tempo di stare insieme la sera anche se è scesa la notte" - ha raccontato una lavoratrice di Tambuzi. E' la giustizia energetica, un mix di autonomia, consapevolezza e basso impatto ambientale.

## 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*



### Liberalizzazioni del Governo Monti

### Cosa ne pensi?

**Dì la tua su [www.movimentoconsumatori.it](http://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.

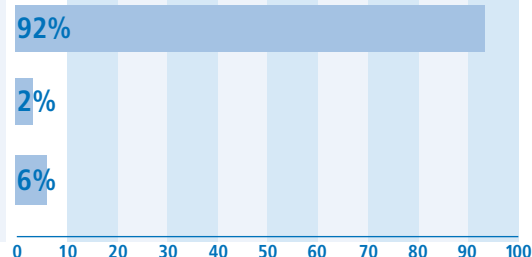
### Dite la vostra: "Più partecipazione dei cittadini ai servizi pubblici locali"

#### Sei d'accordo?

Si, servono più controllo e trasparenza

No, non aiuterebbe a migliorare il servizio

Non so, non ho una posizione in merito



### 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 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 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](http://www.movimentoconsumatori.it) o scrivi a [info@movimentoconsumatori.it](mailto: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](mailto: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 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



# Stanze di albergo sporche?

# Bagagli smarriti?

# Cancellazione del volo?



OVUNQUE TU SIA CHIEDI AIUTO ALLA LANTERNA DEL TURISTA!

# [www.lalaternadidiogene.it](http://www.lalaternadidiogene.it)



Numero Verde

**800 82 12 63**

La **Lanterna del turista** è un software realizzato da **Movimento Consumatori**, nell'ambito del "Progetto Diogene. La lanterna del consumatore" per aiutare il turista ad affrontare al meglio i problemi che può incontrare in viaggio.

Nella pagina dedicata al turismo del sito [www.lalaternadidiogene.it](http://www.lalaternadidiogene.it), selezionando la città nella quale ti trovi, puoi individuare subito i contatti del soggetto al quale inviare la tua segnalazione o il tuo reclamo.

Per maggiori informazioni e assistenza chiama il **numero verde 800 8212 63**, attivo dal lunedì al venerdì, dalle ore 9.30 alle ore 13.30, in lingua italiana e inglese.

Progetto finanziato dal



in collaborazione con

