



Energia
Un progetto
per informare
i consumatori
Pag. 5



Voli low cost
On line
tariffe poco
trasparenti
Pag. 6



ABF
Vademecum
su cos'è
e come funziona
Pag. 7



Rubriche
Notizie,
campagne,
informazioni utili
Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



dicembre 2013

Anno 05 N. 03

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

AMBIENTE & SALUTE

QUANTO NE SAI SUGLI OGM?

Un dossier per chiarire alcuni aspetti di un tema complesso e che fa discutere. E siamo solo all'inizio...

Ogm, questi sconosciuti? Quanto sono informati i consumatori su cosa sono esattamente gli organismi geneticamente modificati, su come sono utilizzati attualmente in agricoltura e dove? E in Italia? Portiamo in tavola prodotti transgenici o solo alimenti esclusivamente frutto della natura? E ancora, sono dannosi per la nostra salute, per l'ambiente, per l'ecosistema? In questo dossier cerchiamo di dare qualche risposta alle domande che si è posta anche la nostra associazione. E' solo l'inizio di un percorso che faremo insieme e che continuerà con approfondimenti, con analisi e con opinioni a confronto sul sito del Movimento Consumatori (www.movimentoconsumatori.it) in una sezione dedicata agli Ogm, un argomento complesso e controverso che vede la comunità scientifica ancora dubbiosa sulle conseguenze di questa tecnologia e i sistemi di valutazione dei rischi, purtroppo per molti aspetti, ancora carenti.

dossier
da pagina 2 a pagina 3



L'intervista: Roberto Moncalvo presidente Coldiretti



di Angela Carta

Fresco di nomina a presidente di Coldiretti (con un milione e mezzo di associati è la principale organizzazione degli imprenditori agricoli a livello nazionale ed europeo), Roberto Moncalvo ha raccolto il nostro invito a rispondere su un tema che sta - da sempre - molto a cuore alla sua federazione, quello degli Ogm e della promozione di un'agricoltura libera da organismi geneticamente modificati.

Quali sono le motivazioni alla base della posizione di Coldiretti?

Gli organismi geneticamente modificati in agricoltura non pongono solo seri problemi di sicurezza ambientale e alimentare, ma perseguono un modello di sviluppo che è il grande alleato dell'omologazione e il grande nemico della tipicità, della distintività e del made in Italy.

una buona notizia...

Aifa. On line la banca dati ufficiale dei farmaci in Italia

Uno strumento a disposizione dei cittadini e dei professionisti della salute che sarà utilissimo per garantire una maggiore sicurezza nella prescrizione e nell'uso dei farmaci. La banca dati contiene oltre 16 mila documenti (foglietti illustrativi e riassunti delle caratteristiche del prodotto) e informazioni su oltre 66.400 confezioni autorizzate.

...e una cattiva

Crisi. Natale magro, meno soldi per i regali

Quest'anno il budget complessivo disponibile per i regali a famiglia è in calo del 5% rispetto al 2012. È quanto emerge da un'analisi della Coldiretti sulla base dell'indagine 'Xmas Survey 2013' di Deloitte. La media è di quasi 5 regali (4,75) a famiglia con un costo per ogni singolo regalo che è di circa 36 euro e una tendenza verso il calo degli acquisti di abbigliamento, di tecnologie e divertimenti.

editoriale

Le AACC rappresentative e credibili di Alessandro Mostaccio*

Qual è lo stato di salute delle associazioni dei consumatori in Italia? Ad oggi, sono 19 quelle "maggiormente rappresentative", iscritte all'elenco nazionale presso il Ministero dello Sviluppo economico. E' del 1998 la legge quadro che disciplina il nostro settore, istituendo questo elenco. Essere iscritti nell'elenco permette di accedere a bandi dedicati alla realizzazione di progetti e attività di informazione, tutela e educazione al consumo.

L'iscrizione è prerequisito per poter esperire azioni giudiziarie collettive, per inibire alle imprese l'utilizzo di clausole vessatorie o stoppare pratiche commerciali scorrette o pubblicità ingannevoli.

Ebbene dopo 15 anni, a che punto siamo? Sicuramente è proliferato il numero di sigle (alcune create ad hoc da qualche politico "lungimirante") che sono riuscite a iscriversi all'elenco nazionale, ma l'inadeguatezza dimensionale, professionale e strutturale delle associazioni è rimasto un problema aperto.

In compenso, le associazioni non hanno fatto molti passi in avanti nel cercare di risolvere almeno i propri conflitti di interesse: associazioni che sono più simili ad imprese che a enti no profit (che fanno marketing aggressivo, regalano gadget o prevedono rinnovi taciti dell'adesione all'associazione, ecc.).

*segretario generale Movimento Consumatori

DOSSIER

Ogm: definizione, norme & Co

Breve storia degli organismi geneticamente modificati: a cosa servono, dove vengono utilizzati e qual è, ad oggi, la normativa in vigore nei Paesi dell'Unione europea



* Varietà, coltivazioni e risultati

Attualmente quasi il 100% delle superfici Ogm sono coperte dalle stesse quattro specie che ne hanno segnato il debutto nel 1996 (soia 75%, cotone 16%, mais 8%, e colza inferiore all'1%), la cui alterazione genetica riguarda la tolleranza agli erbicidi (quali glifosate e glufosinate) e la resistenza ai parassiti (come la piralide), concentrati per una percentuale pari all'89% nelle Americhe (USA, Brasile, Argentina, Canada). Il successo della commercializzazione è dunque limitato a quattro piante per due caratteri, con un forte livello di concentrazione geografica.

La varietà transgenica più diffusa e da più lungo tempo in commercio, è la soia tollerante al glifosate (o meglio nota come soia Round-up Ready RR, dal nome dell'erbicida prodotto dalla Monsanto per cui la pianta è stata artificialmente resa tollerante). Le piante finora commercializzate non hanno in genere dimostrato tassi di produttività più elevata e non si è registrata una riduzione nel quantitativo di diserbanti e insetticidi consumati. Dal momento che, essendo le piante gm tolleranti a certi erbicidi, la tendenza è piuttosto diventata quella di fare trattamenti di diserbo in tutte le fasi di coltivazione fino alla raccolta, se pur con un diserbante con livelli di tossicità inferiori a quelli utilizzati in precedenza. Per quanto riguarda la resistenza agli insetti, inizialmente il consumo di insetticidi è effettivamente calato, ma prima che iniziassero a manifestarsi delle forme di resistenza. In entrambe i casi (tolleranza agli erbicidi e resistenza agli insetti) sono infatti emerse forme di resistenze specifiche. È venuta così a crearsi una concreta possibilità di annullare il vantaggio fornito dalla modificazione genetica con un aumento dell'esposizione al rischio per l'agricoltore, anziché una sua diminuzione.

dossier a cura di Nadia Tecco*

Un Organismo geneticamente modificato (Ogm) è per definizione un essere vivente (batterio, pianta o animale) nel quale è stata modificata, grazie a procedimenti di ingegneria genetica, una porzione di patrimonio genetico allo scopo di ottenere nuove caratteristiche, che mai si sarebbero potute sviluppare spontaneamente in quella tipologia di organismo. Con l'intento di migliorare l'efficienza produttiva riducendo al contempo l'impatto ambientale, l'impiego di varietà geneticamente modificate ha trovato vasta applicazione nel settore agricolo. In particolare la ricerca si è concentrata sulla creazione di sementi capaci di resistere maggiormente alla presenza di parassiti, di piante infestanti, di condizioni di siccità o migliorate dal punto di vista dell'apporto nutritivo. Per tutte queste motivazioni, i sostenitori ritengono che l'adozione di questa tecnologia, potrebbe rappresentare un valido strumento per fronteggiare le sfide imposte dalla crescita del fabbisogno alimentare globale. Di contro, associazioni di agricoltori, consumatori e ambientalisti, con il supporto di parte della comunità scientifica, hanno iniziato a manifestare una seria preoccupazione in merito alla loro adozione, soprattutto alla luce delle analisi che sono state condotte nel corso di questi ultimi anni e che sono via via diventate più scrupolose nel valutare le possibili ricadute negative dovute alla loro introduzione sul fronte della salute

umana e animale e alle conseguenze per l'ambiente. Nell'Unione europea questo atteggiamento si è inizialmente tradotto nell'adozione di un approccio precauzionale. Questo ha fatto sì che tra il 1998 e il 2004 si creasse una moratoria di fatto senza che venisse concessa l'autorizzazione a nessun nuovo Ogm. Questo ha condotto gli Stati Uniti insieme a Canada e Argentina a presentare un ricorso formale presso l'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO). Nel 2006, il WTO ha condannato l'Ue ad aprirsi al mercato Ogm entro il 2007. Tuttavia tale provvedimento era già stato in larga parte assolto dalla normativa 1829/2003. Ad oggi hanno ottenuto l'approvazione per la coltivazione in Europa il mais MON810 della Monsanto che è stato adottato da Spagna, Portogallo, Slovacchia, Repubblica Ceca, Romania e Polonia e la patata amflora della Basf coltivata in Germania e Svezia. La legislazione europea consente tuttavia attraverso la clausola di salvaguardia (già applicata in diversi Paesi) che uno Stato membro possa vietare temporaneamente la coltivazione o l'uso di un Ogm nel suo territorio sulla base di timori scientificamente fondati relativi alla sicurezza dell'Ogm stesso. L'Italia, ha deciso di adottare una scelta Ogm-free, vietando la coltivazione degli Ogm a livello commerciale. Ad oggi sono 16 le regioni, 41 le province e 2446 i comuni che hanno predisposto delle norme per vietare la coltivazione Ogm sul proprio territorio.

*Assegnista di ricerca presso il dipartimento di Scienze agrarie, forestali e alimentari dell'Università di Torino.

DOSSIER

Conoscere gli Ogm per essere pro o contro

Prima di prendere qualsiasi posizione è necessario un ampio approfondimento, avvalorato da studi scientifici e dal confronto con chi è favorevole o contrario



Di fronte ad un tema così complesso come quello degli Ogm la prudenza deve essere d'obbligo. Prima di abbracciare una posizione in merito è sempre necessario uno studio approfondito e l'apertura alle opinioni e alle tesi di tutti i soggetti coinvolti in modo diretto e non.

In questo caso siamo poi di fronte ad un contesto dove la scienza non ha saputo fornire risposte certe sulle conseguenze della tecnologia e i sistemi di valutazione dei rischi sono carenti. L'esistenza di un oligopolio produttivo delle sementi Ogm in mano ad una lobby agricola internazionale, che detiene al contempo l'oligopolio del mercato agro-farmaceutico (i cui principali esponenti sono Monsanto, DuPont, Dow, Novartis, Zeneca e Aventis) limita la libera ricerca, condizionando la scelta delle varietà da sviluppare. Finora sono ovviamente state sperimentate e commercializzate le varietà con un'appetibilità di mercato maggiore e non certo quelle che avrebbero potuto rispondere ai fabbisogni di sicurezza o di esigenza alimentare dei contesti più svantaggiati del mondo. Inoltre, questa condizione anticoncorrenziale, insieme alle regolamentazioni in materia di brevettabilità e protezione vegetale, pongono problemi di accesso e di distribuzione dei vantaggi derivanti dalle ricerche agronomiche. Le stesse preferenze dei consumatori per i prodotti Ogm che emergono da sondaggi condotti in diversi Paesi, mostrano che le fasce della popolazione a basso e medio reddito sarebbero i maggiori acquirenti di questi prodotti. Questione anche questa su cui riflettere.

Il dibattito non può dunque essere confinato nelle stanze degli esperti, nel momento in cui l'innovazione esce dai laboratori e coinvolge direttamente la società, che una cavia non è. La nostra attenzione inoltre, in qualità di consumatori, non deve essere distolta dal clamore di allarmistiche leggende metropolitane di fronte ad un tema che richiede una competenza trasversale per cogliere le diverse implicazioni per i sistemi agro-ambientali, socio-economici e culturali.

Il tentativo di risposta che abbiamo cercato di fornire sulla questione Ogm è la messa a disposizione di informazioni attendibili e documentate (abbiamo iniziato con questo dossier e stiamo realizzando un'area di approfondimento sul [sito www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it)). Non dimentichiamoci, inoltre, che ci troviamo in Italia, un contesto particolare per questo dibattito. Se, sia per quanto riguarda il mercato interno sia l'esportazione, la nostra produzione agricola è indirizzata, verso il prodotto di qualità, intesa dal consumatore come genuinità, tradizionalità, tipicità, dobbiamo riflettere sulla conciliabilità o meno e sulla compromissione del modello e dell'immagine del made in Italy con la scelta di aprire il mercato ai prodotti Ogm. Ha senso aumentare il livello di dipendenza della nostra produzione agricola da input di produzione estera, con tutto ciò che questo comporterebbe in termini di costi di produzione per le aziende di piccole e medie dimensioni, esternalità negative per l'ambiente e la salute e non valorizzare invece le immense risorse che abbiamo già a disposizione dal nostro territorio, frutto di un lungo processo di selezione naturale di prodotti di alta qualità?

ETICHETTATURA DEI PRODOTTI OGM

Gli organismi geneticamente modificati oltre al settore delle sementi e agricolo, riguardano anche l'industria alimentare (in qualità di acquirente e trasformatrice di materie prime agricole e loro derivati) e il consumatore in quanto destinatario del prodotto finale. Quindi, fin dall'inizio dell'introduzione degli Ogm nel mercato, c'è stata la necessità di creare una rete di sicurezza, che garantisca attraverso l'etichettatura la loro tracciabilità in tutte le fasi della fabbricazione e della commercializzazione.

A partire dal 2004, l'Unione europea prevede un'etichettatura obbligatoria per:

- tutti i prodotti contenenti Ogm o da essi costituiti (ciò comprende campi molto diversi, fra cui i prodotti destinati a entrare nella catena alimentare umana o animale, quelli destinati ad essere sottoposti a una trasformazione industriale per fini diversi dal consumo (ad esempio, produzione di biocarburanti) e, ancora, quelli destinati a un uso ornamentale (come la produzione di fiori recisi);
- i prodotti alimentari e i mangimi ottenuti da Ogm.

Questi prodotti vengono etichettati Ogm, ogni qualvolta siano costituiti o siano stati prodotti a partire da un Ogm in proporzione pari o superiore allo 0,9%. Al di sotto di questa soglia, il produttore deve dimostrare che l'eventuale contaminazione è accidentale e casuale.

Non sussiste questo obbligo per i prodotti animali (latte e derivati, carne, uova)

ottenuti da animali che sono stati nutriti con mangimi Ogm. Anche se la dieta degli animali che oggi si allevano in Europa, secondo alcune stime, è composta al 30% da Ogm che entrano indirettamente nelle nostre catene alimentari, non è prevista un'etichettatura in quanto la Commissione europea e l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (Efsa) ritengono che il metabolismo animale non trasferisca alcuna traccia delle modifiche genetiche presenti nei mangimi e nella carne degli animali.

In antitesi a questa posizione, ha iniziato a svolgere un ruolo sempre più crescente la certificazione "Ogm-free", "Senza Ogm" per le filiere zootecniche.

Tuttavia, a differenza del contesto francese dove questa dicitura è stata autorizzata dal 2012, in Italia la presenza di questo tipo di etichettatura si muove in un ambito ancora privo di giurisprudenza, e il suo utilizzo non rappresenta necessariamente una garanzia di qualità. Anzi si corre piuttosto il rischio che si tramuti in un inganno per il consumatore, in quanto sembrerebbe sottendere che i prodotti che non riportano questa dicitura allora siano Ogm.

Un'informazione commerciale precisa, come è appunto quella "Ogm-free", dovrebbe essere utilizzata solo da coloro in grado di garantire la totale assenza di contaminazioni da Ogm, anche accidentali o tecnicamente inevitabili, del prodotto e dei suoi ingredienti.

DOSSIER

Coldiretti: "Ogm nemici del made in Italy"

Il presidente Moncalvo: "In agricoltura, gli organismi geneticamente modificati perseguono un modello di sviluppo che è il grande alleato dell'omologazione e pongono seri problemi di sicurezza ambientale e alimentare"

segue dalla **prima**



Vale la pena ricordare, nonostante le proprietà miracolistiche propagandate dalle grandi multinazionali che producono Ogm, che sono rimasti solo cinque su 27 i Paesi (Spagna, Portogallo, Repubblica Ceca, Slovacchia e Romania) a coltivare Ogm nell'Unione europea, con una percentuale di superficie agricola comunitaria irrisoria, pari a molto meno dello 0,001% della superficie totale coltivata. Oltretutto, quasi otto italiani su dieci, il 76%, il 14% in più rispetto allo scorso anno, sono contrari all'utilizzo di organismi geneticamente modificati in agricoltura per difendere il territorio dalle contaminazioni e non rischiare nulla sotto il profilo alimentare.

Cosa ne pensa della lunga diatriba europea sulla coltivazione di OGM?

Crede che sia giusto che ogni Paese decida in maniera autonoma sulle coltivazioni?

La non definitiva risoluzione della vicenda Ogm va avanti ormai da troppo tempo ed è necessario chiudere definitivamente una questione sulla quale cittadini, agricoltori, rappresentanze economiche e sociali, Regioni ed il Parlamento si sono espressi già tantissime volte. Gli italiani e le istituzioni si sono espressi chiaramente contro gli organismi geneticamente modificati. L'Europa dei popoli deve rispettare questa decisione.

Che cosa significa nella pratica rendere operativo il principio di precauzione?

L'esperienza del passato, a partire dalla mucca pazza, ha dimostrato che soprattutto sull'alimentare occorre una cautela in più prima di prendere decisioni che rischiano di diventare irreversibili.

Bisogna garantire la libertà della stragrande maggioranza degli agricoltori di non vedere contaminati i propri raccolti e lasciare ai consumatori la possibilità di difendere l'ambiente in cui crescere i propri figli.

E' notizia recente che il 10% dei terreni in Friuli è contaminato dal mais Ogm. Coldiretti ha parlato di disastro ambientale. Cosa sta accadendo esattamente?

In realtà, sembra essere stato contaminato il 10% dei raccolti limitrofi al campo seminato con Ogm a dimostrazione proprio della necessità di rispettare il principio di precauzione.

La situazione è, quindi, gravissima con reale pregiudizio del valore e dell'identità del patrimonio agroalimentare non solo regionale.

In ragione di ciò è necessario che l'amministrazione regionale del Friuli condivida al più presto un percorso comune e coordinato con i ministeri che hanno adottato il decreto anti contaminazione da Ogm, con gli enti di ricerca che ne hanno motivato la valutazione di rischio e con il Corpo forestale dello Stato che ha accertato l'avvenuta contaminazione in campo.

La contaminazione biotech delle campagne è un attentato alla biodiversità del territorio che non rispetta i sacrosanti diritti di chi vuole coltivare in modo tradizionale o in modo biologico.

Quali sono i requisiti che lei ritiene necessari per un'etichettatura trasparente che consenta di effettuare al consumatore una scelta consapevole?

La completa etichettatura dei prodotti agroalimentari, che la Coldiretti persegue da anni con il suo impegno, è fondamentale per salvaguardare il made in Italy ed anche per tutelare il consumatore nella scelta degli alimenti che porta in tavola. La totale tracciabilità di un alimento, infatti, non solo consente di poter risalire immediatamente a chi lo ha realizzato e di bloccare, quindi, qualsiasi problema sia insorto per quella formulazione, ma anche di poter effettuare una scelta consapevole al momento dell'acquisto, con l'opportunità, tra l'altro, di sostenere il territorio e l'economia nazionale in un difficile momento di crisi.

editoriale

Le AACC rappresentative e credibili

segue dalla **prima**

Oppure che assomigliano di più a network di studi legali che ad associazioni del privato sociale (quali interessi tutelano? Il diritto degli avvocati ad arrivare a fine mese?), associazioni che talvolta (viste le proprie origini) faticano a fare scelte chiare tra la tutela dei diritti dei consumatori e quelli dei lavoratori di imprese che erogano servizi (si pensi al settore dei trasporti, ad esempio). Ma se questi sono alcuni dei mali che ci caratterizzano (oltre a quello intrinseco, come si diceva, relativo all'inadeguatezza strutturale e dimensionale oltre che professionale ad occuparsi di temi e settori tanto complessi quanto poco trasparenti), come recuperare credibilità e quindi rappresentatività? Il barometro dell'inversione di rotta sarà dato dalla tipologia di associati (oltre che dal loro numero) che decideranno di supportarci. Finché le associazioni conterranno, come oggi, quasi esclusivamente associati da servizio (ad

esempio, quello di tutela legale stragiudiziale) sarà la prova provata della nostra scarsa credibilità. La rappresentatività è infatti la conseguenza della credibilità. Una credibilità che ci conquisteremo quando sceglieremo di stare sempre e comunque dalla parte dei più deboli, senza rincorrere ideologie liberiste (le famose liberalizzazioni, ad esempio, sono utili in tutti i settori? Nell'energia? Nei servizi pubblici locali? Anche in presenza di monopoli naturali?), quando faremo scelte chiare libere da conflitti di interesse palesi o latenti, quando finalmente i cittadini vedranno e beneficeranno dei risultati della nostra azione, il rispetto e l'autorevolezza arriveranno a prescindere dalle tattiche, dagli arrivismi e dalla presenza in trasmissioni televisive dove si recita a soggetto. Le cose vere sono riconoscibili e sviluppano empatia e partecipazione. Non vediamo l'ora che questa nuova fase possa iniziare.

Alessandro Mostaccio

CONSUMATORI CONSAPEVOLI

Energia e gas. Mercato libero promosso o bocciato?

La liberalizzazione era ed è necessaria, ma serve una maggiore informazione degli utenti. Ci hanno pensato le associazioni dei consumatori con il progetto "Energia Diritti a Viva Voce"

di Ovidio Marzaioli*

Il mercato libero dell'energia elettrica e del gas: cornucopia o vaso di Pandora? In medio stat virtus come ci suggerisce la saggezza degli antichi filosofi. E' assodata l'importanza e la necessità del percorso iniziato nel lontano 2007, che ha condotto alla piena liberalizzazione del mercato elettrico e del gas, per il quale tutti gli utenti possono scegliere liberamente il proprio fornitore, ma altrettanto evidenti sono le difficoltà che i consumatori stanno incontrando nel districarsi in questo agone di proposte che i competitors del mercato ci somministrano con ogni tecnica di vendita e mezzo di promozione, trascurando di informare correttamente il consumatore sulle insidie che possono nascere da una scelta poco attenta o, per meglio dire, poco consapevole dei propri diritti e della fitta rete di normative e di vincoli. Basti citare il nuovo sistema indennitario, avversato dalle associazioni dei consumatori, rispetto al quale il cliente rimane l'anello debole della catena e il soggetto maggiormente bisognoso di un'adeguata informazione sulla sua "presunta" morosità e sul perché sarà il nuovo venditore prescelto a fatturarla in bolletta. Le liberalizzazioni della commercializzazione del gas metano e successivamente del mercato energetico hanno rivelato alcune criticità molto importanti per i consumatori quali:

- difficoltà nel passaggio da un fornitore all'altro;
- comportamenti commerciali scorretti con contratti non richiesti;
- situazioni di consumi e conguagli anomali e rifatturazioni;
- difficoltà di lettura e comprensione delle bollette di pagamento;
- mancanza di informazioni sul servizio;
- difficoltà nei contatti con il venditore e il distributore.

Movimento Consumatori, in prima linea e al fianco delle principali sigle del consumerismo, ha attivato una serie di strumenti a tutela del cittadino, dai protocolli di conciliazione paritetica, agli accordi volontari contro le pratiche commerciali scorrette, progetti di formazione e informazione sulla materia energetica e, in particolare, ha aderito al progetto "Energia Diritti a Viva Voce" che si avvia alla conclusione del terzo anno di attività. Con la sua rete di 45 sportelli territoriali, distribuiti sul territorio nazionale e gestiti dalle 18 associazioni aderenti, riconosciute dal Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti, il progetto ha lo scopo di assistere i consumatori finali nelle controversie insorte tra l'utente e il fornitore del servizio, ma anche di diffondere una cultura in materia e rendere i cittadini più consapevoli e capaci di orientarsi nel mercato

libero dell'energia elettrica e del gas. Il progetto prevede una serie di strumenti ulteriori a supporto degli utenti del servizio energetico:

- un call center che risponde al numero verde 800 82 12 12, attivo dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 18.00;
- un'app (iEnergia) per iPhone e smartphone (Android), che mette il consumatore in contatto con un operatore qualificato;

- il sito www.energiadirittivivoce.it, con apposito form per l'inoltro di segnalazioni e richieste di consulenza. Questa iniziativa, partita nel 2011 e che si avvia verso un auspicato rinnovo anche per il prossimo anno, si propone di implementare tutte le attività che i diversi operatori del sistema possono svolgere a favore di una semplificazione e di una trasparenza sempre maggiori al fine di rendere i consumatori più informati e consapevoli e realizzare un mercato efficiente e in grado di offrire risparmi sempre più consistenti. Senza dimenticare il tema dell'efficienza energetica nella vita quotidiana anche a tutela dell'ambiente. L'efficienza della rete di assistenza territoriale svolta dal progetto viene assicurata attraverso un costante percorso formativo di aggiornamento e di qualificazione degli sportellisti per dare risposte chiare e concrete alle richieste dei cittadini. Tra i 45 sportelli territoriali attivi, MC è presente in Campania con lo sportello di Caserta, in Veneto nella città di Verona e nella regione ligure a Savona, recapiti ed orari di apertura sono disponibili sul sito www.energiadirittivivoce.it. Sebbene soddisfatti del lavoro svolto in questi anni a sostegno dei consumatori per questo settore, quello dell'energia elettrica e del gas rimane un ambito di particolare criticità e fortemente strategico per il nostro Paese per cui sono ancora molte le istanze che le associazioni consumeriste devono portare all'attenzione delle autorità competenti affinché il mercato liberalizzato sia effettivamente fruibile dai consumatori. Ridurre i tempi del reclamo, portare al tavolo di confronto in fase di reclamo e di conciliazione il distributore oltre che il venditore, costituire presso l'Autorità per l'energia un organismo di conciliazione di secondo livello, al quale le parti possano rivolgersi in caso di mancato accordo nella Commissione di conciliazione paritetica, come avviene da tempo in maniera molto efficace nel settore della telefonia, rivedere i bonus sociali alla luce dello stato di crisi delle fasce più deboli, sono queste solo alcune delle linee di intervento che MC intende sostenere nell'interesse dei propri associati.

*responsabile settore Energia & Ambiente MC

* Alcuni risultati del progetto

I recenti dati evidenziano che dall'inizio del progetto "Energia Diritti a Viva Voce" ad oggi più di 24 mila utenti si sono rivolti agli sportelli territoriali. Il 94% delle segnalazioni proviene dal settore degli utenti domestici e il 68% riguarda il mercato libero. Quanto alle principali tematiche emerse si evidenziano:

- problemi di fatturazione, relativi cioè ad autolettura, consumi, conguagli, rimborsi e trasparenza delle bollette che hanno interessato il 47% delle persone;
- le informazioni sul mercato, il cambio di fornitore e le pratiche commerciali scorrette (attivazione di contratti non richiesti, mancato rispetto del diritto di ripensamento), hanno interessato circa il 18% dei contatti;
- le tematiche legate al contratto (applicazione della tariffa, voltura, condizioni tecnico-economiche, morosità, recesso) hanno interessato circa il 16% degli utenti;
- l'8% ha chiesto consulenza sulla scelta o per problematiche inerenti prezzi e tariffe;
- il restante 11% si è interessato di allacciamenti, bonus, risparmio energetico e qualità tecnica e commerciale degli operatori. MC si è distinta per la particolare efficienza attestandosi in una graduatoria complessiva dei contatti ricevuti tra le prime sei sigle della compagine aderente al progetto.



“ENERGIA: DIRITTI A VIVA VOCE”

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

Tariffe low cost... ma poco trasparenti

Volare a basso prezzo si può? Sembrerebbe di sì, peccato che spesso le tariffe pubblicizzate non corrispondano a quelle che vengono poi realmente richieste a chi acquista on line



di Marco Gagliardi*

Vuoi volare da Torino a Londra, gratis o quasi? Anzi, a 100 euro? Compri on line, e alla fine ne paghi 127. Ma non erano 100 euro? Solo in apparenza. Perché nella vendita dei biglietti aerei, nell'epoca del low cost in tutto e per tutto, trasparenza e correttezza sono ancora mete lontane.

Fioccano infatti le offerte, ma le vere tariffe sono spesso nascoste e poco visibili grazie a trabocchetti, con il solito risultato: spiacevoli sorprese per il consumatore che si illude di spendere poco e si trova invece a pagare un prezzo ben diverso da quello che lo ha attratto nell'acquisto.

Internet è costellato di tranelli e pratiche commerciali scorrette, violazioni più o meno eclatanti o sottili, e tutela e rispetto del consumatore sono calpestati dalle più spietate logiche della concorrenza nazionale, ma anche transfrontaliera, se così si può dire, non solo quando le società fanno parte di gruppi esteri, ma anche nel caso di colossi leader del settore dell'intermediazione, italianissime per lingua e origine, ma con sede a Chiasso.

Il meccanismo è sempre lo stesso: c'è un prezzo stracciato - pubblicato in banner che compaiono come funghi, in colorate newsletter o sulle home page dei siti Internet - che nel corso della procedura d'acquisto aumenta e alla fine "decolla", con l'effetto di aggirare il Codice del consumo e tutta la normativa italiana e europea, rafforzata nell'e-commerce, specialmente negli ultimi anni a partire dalle liberalizzazioni Bersani in poi, ma disattesa. Quello che cambia è come raggiungere il risultato. Se infatti sta forse finalmente sparendo la subdola applicazione di costi nella modalità di vendita "opt-out" (pratica ingannevole per cui l'utente, invece di scegliere, deve

"deselezionare" il proprio consenso già espresso in automatico), come, ad esempio, è avvenuto per assicurazioni e imbarco bagagli, oggi registriamo sempre più frequenti casi di pesanti ricarichi del prezzo per l'utilizzo della carta di credito ("credit card surcharge"). Quindi, parrebbe che nella procedura d'acquisto vada tutto liscio, salvo quando si arriva alla fine e si tratta di pagare, momento in cui, per un mirabolante gioco virtuale, cambiano le carte in tavola. E dire che in Italia, secondo quanto previsto dal d.lgs. 11 del 2010, attuativo della direttiva 2007/64/CE (o PSD, "Payment Service Directive") non si potrebbero aggiungere costi per l'utilizzo di determinati strumenti di pagamento.

E dire anche che nel frattempo sono fioccate le sanzioni (anche per centinaia di migliaia di euro) dell'Antitrust che, a partire dalle prime fasi della liberalizzazione, ha costantemente e reiteratamente concentrato la propria indagine sulla trasparenza dei prezzi evidenziando già nel 2005 "torbide" pratiche di commercio on line (forme di offuscamento "obfuscation" della tariffa netta), ad esempio per l'applicazione di un supplemento per la benzina o per la promozione di prezzi per un numero ridotto (e inaccessibile) di biglietti, non solo da parte di compagnie aeree (Ryanair sempre nel mirino e già prima del divieto di applicazione del "credit card surcharge" Alitalia, Blue Panorama, Easyjet, Ryanair, Wizz Air e Vueling), ma anche di note agenzie di viaggio on line come Expedia, Edreams e Opodo.

Anche il Movimento Consumatori si è attivato per ottenere l'inibitoria delle pratiche commerciali scorrette, diffidando nel 2013 le maggiori agenzie di viaggio on line e Ryanair e avviando procedure cautelari davanti ai tribunali di Milano e di Roma.

*ufficio legale MC

I VADEMECUM MC

Arbitro Bancario Finanziario? Cos'è e cosa fa

Guida alla conoscenza e all'utilizzo dell'ABF, uno strumento efficace per la risoluzione stragiudiziale delle controversie tra consumatori e banche

di Roberto Barbieri*

L'Arbitro Bancario Finanziario (ABF) si è rivelato un efficace e utile strumento per la risoluzione stragiudiziale delle controversie fra clienti e banche o altri intermediari finanziari.

Si articola in tre collegi, con sedi a Roma, a Napoli e a Milano, ciascuno con una propria competenza territoriale. E' inoltre previsto un collegio di coordinamento per le questioni giuridiche più controverse. Ciascun collegio opera con cinque membri, di cui due più il presidente nominati dalla Banca d'Italia, uno dalle associazioni degli intermediari, uno dalle associazioni rappresentative dei clienti (imprese e consumatori).

I membri di competenza delle associazioni dei consumatori vengono designati dal CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti). Introdotto nel nostro ordinamento nel 2005 con il Testo Unico Bancario (L. 262/2005), è stato reso operativo con la delibera del CICR (Comitato interministeriale credito e risparmio) del 29 luglio 2008, che ne affidava alla Banca d'Italia l'organizzazione e la gestione operativa. Ha iniziato ad operare nel 2009 e in soli quattro anni ha acquisito un ruolo ben definito e una riconosciuta autorevolezza.

Cosa si intende per "arbitro"

Occorre tuttavia sgombrare il campo da possibili equivoci derivanti dalla terminologia usata nella sua denominazione. L'ABF, infatti, non è un "arbitro" in senso

tecnico. Nel nostro ordinamento l'arbitrato è un procedimento per la risoluzione delle controversie in cui un soggetto (arbitro o collegio arbitrale) decide la controversia con un provvedimento (lodo) vincolante per le parti.

Viceversa l'ABF non emette un provvedimento vincolante, ma soltanto un parere su quale delle parti abbia ragione o torto.

In mancanza di ottemperanza spontanea da parte della banca soccombente, il cliente non dispone, quindi, di strumenti esecutivi. Tuttavia, l'eventuale inadempimento da parte di una banca o di una finanziaria è oggetto di pubblicazione sul sito Internet dell'ABF e su due quotidiani a diffusione nazionale a spese del soccombente. Proprio per questo si tratta di una "sanzione" molto temuta, con il risultato che le pronunce dell'ABF trovano ottemperanza spontanea nella quasi totalità dei casi.

... e per "finanziario"

Un chiarimento merita anche l'aggettivo "finanziario" che costituisce parte integrante del nome di questo istituto. Infatti, mentre è chiaro che tutti i rapporti contrattuali bancari (conti correnti, depositi, strumenti di pagamento, ecc.) rientrano nella competenza dell'ABF, l'aggettivo "finanziario" si riferisce esclusivamente ai finanziamenti erogati dalla banca o da altro intermediario, al cliente (mutuo, prestito personale, credito al consumo, ecc.).

Sono invece escluse le controversie riguardanti operazioni di investimento compiute dal cliente tramite la banca (acquisto di titoli azionari e obbligazionari, o di altri strumenti di investimento).

Queste controversie sono infatti affidate – in sede stragiudiziale – alla competenza della Consob.

Sostitutivo della mediazione obbligatoria

Il ricorso all'ABF adempie alla condizione di procedibilità della domanda giudiziale, ed è quindi pienamente sostitutivo della mediazione obbligatoria ai sensi della L. 98/2013.

Tuttavia in nessun caso, come detto, il provvedimento conclusivo acquisisce efficacia esecutiva. Ne consegue che ciascuna delle parti, che sia insoddisfatta del provvedimento dell'ABF, può comunque adire le vie ordinarie di giudizio.

Il procedimento davanti all'ABF avviene in forma scritta ed è esclusivamente documentale: il provvedimento conclusivo si basa sull'esame dei documenti prodotti dalle parti; è infatti esclusa sia la partecipazione personale delle parti, sia l'acquisizione di prove mediante la realizzazione di perizie tecniche.

L'ABF, inoltre, pronuncia in base al diritto, non essendo ammessi provvedimenti in base a equità, come avviene invece tipicamente nelle procedure di conciliazione.

*segreteria nazionale MC

ABC DELL'ABF



L'ABF è un organismo indipendente e imparziale, organizzato dalla Banca d'Italia, per la risoluzione stragiudiziale di controversie fra clienti e banche o altri intermediari finanziari.

Dove ha sede

Milano (per Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino, Friuli, Veneto, Emilia-Romagna), Roma (per Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Abruzzo e Sardegna) e Napoli (per Campania, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia). La competenza territoriale è in funzione della residenza o domicilio del cliente ricorrente.

Quali controversie affronta

È competente per le controversie fino a 100 mila euro su operazioni o servizi bancari o finanziari (conti correnti, depositi, mutui, prestiti personali, credito al consumo)

... e quali no

Non si occupa delle operazioni di investimento finanziario (acquisto di azioni, obbligazioni o altri strumenti finanziari).

Condizione di procedibilità del ricorso

Prima di presentare ricorso all'ABF occorre avere inoltrato reclamo all'intermediario (banca o finanziaria) con esito negativo.

Limiti temporali

Non si può ricorrere all'ABF prima di 30 giorni né dopo trascorsi 12 mesi dalla presentazione del reclamo. I ricorsi sono esaminati solo se le operazioni su cui è sorta la lite sono successivi al 1° gennaio 2009.

Come si accede

Il ricorso si presenta con modulo reperibile sul sito dell'ABF e presso gli sportelli di Banca d'Italia, allegando i documenti ritenuti utili e la ricevuta del versamento di 20 euro. Si invia per posta, fax o posta elettronica certificata alla segreteria tecnica competente per territorio o a una delle sedi di Banca d'Italia (in tal caso può anche essere consegnata a mano). Copia del ricorso deve essere inviata alla controparte per raccomandata o PEC. In mancanza, vi provvede la segreteria tecnica.

Come si svolge

L'intermediario ha 45 giorni per produrre controdeduzioni. L'ABF decide di regola entro 30 giorni dal ricevimento delle controdeduzioni. Non vi è necessità di assistenza legale da parte di un avvocato.

Effetti della decisione

Se la decisione dell'ABF è ritenuta non soddisfacente, ciascuna parte può rivolgersi al giudice. L'eventuale inottemperanza da parte dell'intermediario viene resa pubblica sul sito dell'ABF e su due quotidiani nazionali.

Quanto costa

E' previsto il versamento di 20 euro che saranno rimborsati dalla controparte in caso di accoglimento del ricorso.

Altre informazioni su www.arbitrobancariofinanziario.it o www.bancaditalia.it.

Consumers' approfondimenti

* Domande e risposte

PARLIAMONE



Tutelare i prodotti made in Italy e gli acquisti dei consumatori

di Gustavo Ghidini*

Il contrasto alla contraffazione alimentare è da anni un tema caldo nel nostro Paese. In questi mesi è tornato sotto i riflettori anche grazie alla campagna di Coldiretti che ha evidenziato come da oltre frontiera giungano costantemente in Italia miliardi di litri di latte, cagliate e polveri, ma anche milioni di cosce di maiale per fare i prosciutti, conserve di pomodoro, succhi di frutta concentrati e altri prodotti che vengono poi commercializzati in Italia come made in Italy. Il 27% dei 170 tir, camion e container fermati e controllati dal presidio di agricoltori e allevatori al valico del Brennero ai primi di dicembre, ad esempio, trasportava prodotti alimentari stranieri destinati ad essere venduti come made in Italy.

Il rischio evidente è che materie prime potenzialmente di bassa qualità finiscano sulle nostre tavole senza che i consumatori possano distinguerle da quelle invece di produzione nostrana che presentano standard qualitativi maggiori.

Questo dato, da collegarsi con le scarse tutele informative che ancora oggi i consumatori italiani hanno rispetto alla provenienza di determinati alimenti, deve mettere in guardia e rappresentare lo stimolo per una seria riflessione sulla tutela dei nostri alimenti. E' essenziale una seria e corretta tutela sia del made in Italy sia dell'affidamento dei

consumatori rispetto agli alimenti che acquistano tutti i giorni.

La contraffazione alimentare infatti rappresenta, oltre che un danno evidente per quella parte di economia nazionale che si fonda proprio sulla provenienza "garantita" come suo fiore all'occhiello, un danno e un rischio per i consumatori. Servono quindi più correttezza e trasparenza nel mercato per poter tutelare appieno i cittadini. Per fare in modo che questa richiesta di correttezza e trasparenza non si trasformi in una forma di inutile protezionismo, però, sono fondamentali due aspetti. In primo luogo è infatti indispensabile che le leggi e le normative vengano rispettate e fatte rispettare a tutela della salute dei consumatori e della correttezza del mercato. E' necessario poi sviluppare, anche per quegli alimenti per i quali ancora oggi non è obbligatorio, un sistema di etichettatura e di tracciabilità che consenta ai consumatori di poter scegliere consapevolmente cosa acquistare riattribuendo in questo modo al consumatore un ruolo primario come soggetto del mercato. E' su questo secondo aspetto che le associazioni di consumatori devono sentirsi chiamate in causa per proseguire la campagna a favore della corretta informazione e della trasparenza sia in Italia sia in Europa. Solo impedendo i possibili inganni ai consumatori, quindi, riusciremo a tutelare seriamente le eccellenze del nostro Paese.

*presidente onorario Movimento Consumatori

Cosa è esattamente il contratto base RC Auto e come funziona?

Eleonora Pio - Milano

Da luglio 2013 tutte le compagnie assicurative devono proporre ai propri clienti, che richiedono un preventivo sull'RC Auto, il "contratto base". Lo scopo è garantire la confrontabilità delle offerte attraverso un modello contrattuale (elaborato dal Ministero dello Sviluppo economico) che contiene gli elementi essenziali richiesti dalla legge per la copertura assicurativa obbligatoria.

Ferme restando uguali clausole contrattuali, ciascuna compagnia è libera di fissare il costo della polizza (premio). Gli elementi base sono i seguenti:

- chiunque guiderà il veicolo sarà assicurato, non solo l'intestatario dell'auto/polizza;
- la copertura assicurativa totale avverrà a un costo calcolato secondo il metodo Bonus/Malus e non sarà prevista la franchigia, penalizzazioni illimitate e a discrezione della compagnia in caso di guida in stato di ebbrezza o sostanze stupefacenti;
- il limite massimo del massimale sarà previsto per legge come già avviene.

Risposta a cura dell'ufficio legale MC



* Laogai Research Foundation a cura di Francesca Romana Poleggi

Abbiamo già denunciato lo spregiudicato uso degli Ogm in Cina, che poi arrivano nelle nostre case data la potenza esportatrice di Pechino (che vende a bassi prezzi perché "risparmia" sulla manodopera). Ecco qualche dettaglio in più. La Cina ha approvato quattro prodotti transgenici: soia, mais, canola (un tipo di colza) e cotone. A questo livello essa è diventata un importatore significativo dei prodotti biotech Monsanto, Syngenta, Dupont, Bayer, CropScience. Un'indagine, iniziata nel 2002 al Biochemical Analysis and Experiment Center della Ho Chi Minh Agricultural University, ha dimostrato la presenza di almeno il 30% di cereali GM non approvati per la produzione commerciale tra quelli importati. I dati riportati derivano dalle statistiche "ufficiali" fornite dalla agenzia ISAAA, The International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications, finanziata dai colossi biotech. Sono le uniche disponibili, ma non tengono conto di tutte le colture quasi clandestine o, comunque, non dichiarate dal regime comunista cinese. Anche in questo settore, infatti, il caos e l'illegalità sono diffusi. Limitandoci, quindi, ai dati disponibili, dal 1997 si produce il cotone Bt, che è resistente a determinati insetti fitofagi, in quanto produce la tossina del Bacillus thuringiensis che li uccide. Solo dieci anni dopo, nel 2007 sono comparsi il pomodoro a maturazione ritardata, il pioppo Bt, cioè resistente ad alcuni parassiti, il peperone dolce e la papaia (l'unico frutto GM già a livello di coltura commerciale), ambedue resistenti a virus patogeni per la pianta. Con l'esclusione di alcune varietà di cotone Bt, di proprietà della Monsanto, che ha grossi interessi economici nel Paese asiatico, gli altri Ogm sono stati prodotti dalla ricerca pubblica cinese, spregiudicata non meno della multinazionale USA.

<http://www.laogai.it>

Tra le righe di Lorenzo Miozzi, presidente Movimento Consumatori

Nuovi sport e nuovi metodi di acquisto

Il cricket è lo sport nazionale del Subcontinente indiano, il secondo sport praticato al mondo che si vede sempre più spesso giocare in Italia da prime e seconde generazioni di immigrati dello Sri Lanka e del Pakistan, indiani e bengalesi.

In queste partite, spesso improvvisate nel parco sotto casa, si fondono antico e moderno: i rituali della tradizione e la passione dei giovani "nuovi italiani", i figli degli immigrati che perpetuano la consuetudine di un gioco che unisce e che riesce ad essere più forte delle tensioni politiche e sociali che esistono tra le diverse etnie.

Più forte delle differenze culturali e di pensiero: c'è solo la purezza dello sport in scenari domenicali "rubati" spesso al tanto amato calcio nostrano.



Autori vari
Italian Cricket Club
Add Editore
192 pagine - 14,00 euro

Prodotti su prodotti, infinite possibilità di scelta. Ma tutta questa varietà di offerta ci rende più soddisfatti? In realtà, recenti studi dicono di no: l'eccesso di scelta può indurre maggiormente in errore e questo genera stati d'animo negativi come la confusione, l'ansia, l'incertezza. L'autore passa quindi ad analizzare le implicazioni psicologiche, economiche e relazionali della troppa scelta, studia il comportamento d'acquisto dei consumatori in relazione all'ambiente di vendita e all'assortimento e illustra le diverse tipologie di acquirenti e gli adattamenti che le persone mettono in pratica per far fronte al continuo aumento della varietà dei prodotti. E qui subentra un vademecum che ha lo scopo di aiutare il consumatore nel "difficile e faticoso" processo di acquisto.



Giampiero Lugli
Troppa scelta
Apogeo
224 pagine - 19,00 euro

Consumers' notizie

PUBBLICITA' INGANNEVOLE

Multa dell'Antitrust per gli slogan delle acque Rocchetta e Uliveto



L'Antitrust ha censurato la pubblicità delle acque minerali Uliveto e Rocchetta e ha sanzionato per 100 mila euro la Co.ge.di International, proprietaria del marchio. 30 mila euro di multa sono stati assegnati anche alla Federazione Italiana Medici di Medicina Generale (FIMMG) che ha supportato con il suo logo i messaggi pubblicitari. La sentenza ricorda alcuni di questi slogan abbinati alla bottiglia di Uliveto presentata come un'acqua "per la salute digestiva e la reidratazione" che "aiuta la digestione grazie ai suoi preziosi minerali", "aiuta a combattere la stipsi", "aiuta a combattere l'osteoporosi" e "ristabilisce l'equilibrio idrico minerale alterato dopo l'attività fisica" e ancora "digerisci meglio e vivi in forma", "aiuta a prevenire la calcolosi urinaria", "aiuta a mantenere i reni puliti". Accanto alla bottiglia di Rocchetta vengono riportati i seguenti claim "aiuta la diuresi perché mantiene puliti i reni e potenzia la loro azione di filtro"; "amica della depurazione perché contrasta l'accumulo di scorie e tossine dovuti a stili di vita scorretti"; "previene la ritenzione idrica perché bere almeno un litro e mezzo al giorno di acqua aiuta a eliminare i liquidi in eccesso"; "effettua un vero lavaggio interno perché libera l'organismo dalle impurità e migliora l'elasticità e la luminosità della cute"; "previene la calcolosi urinaria perché la sua leggerezza (basso residuo fisso, basso contenuto di sodio, leggermente alcalina) aiuta a contrastare la formazione di calcoli". L'affiancamento con la Federazione Italiana Medici di Medicina Generale è stato anch'esso censurato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, perché il richiamo alla figura del medico accredita una superiorità in realtà inesistente delle due acque minerali rispetto ai prodotti concorrenti. Già nel 2004, lo slogan "le acque della salute" era stato giudicato ingannevole in una sentenza del Giurì, proprio perché attribuiva alle due minerali un requisito di superiorità inesistente rispetto alle altre marche.



* In evidenza

Fonsai. il 27 gennaio 2014 udienza preliminare del secondo processo

Il tribunale di Torino ha fissato per il 27 gennaio 2014 l'udienza preliminare del secondo troncone del processo Fonsai che vede quali imputati Fondiaria Sai S.p.A., Gioacchino Paolo Ligresti, Pier Giorgio Bedogni, Fulvio Gismondi, Benito Giovanni Marino, Marco Spadacini, Antonio D'Ambrosio, Riccardo Ottaviani.

Su richiesta del tribunale, Movimento Consumatori ha pubblicato sul suo sito Internet (www.movimentoconsumatori.it) il decreto di fissazione dell'udienza preliminare unitamente alla richiesta di rinvio a giudizio.

Fino alla chiusura dell'udienza preliminare, che si potrebbe protrarre fino al 21 febbraio 2014, tutti gli azionisti danneggiati potranno costituirsi parte civile per richiedere il risarcimento dei danni derivati dall'acquisto o dalla mancata vendita dei titoli Fonsai e Milano Assicurazioni conseguenti alla diffusione di informazioni economiche non veritiere.

"Anche questo secondo filone del processo - ha commentato Paolo Fiorio, coordinatore dell'Osservatorio Credito & Risparmio di Movimento Consumatori - è un'occasione che gli azionisti non possono perdere per cercare di ottenere il risarcimento dei danni.

Gli azionisti potranno infatti chiamare quali responsabili civili sia la compagnia che risponde dell'operato dei propri amministratori, sia la società di revisione Ernest Young - Reconta".

Movimento Consumatori è impegnato da oltre un anno nella tutela dei piccoli azionisti nella vicenda Fondiaria Sai e Milano Assicurazioni e ha raccolto oltre 200 costituzioni di parte civile nella prima udienza contro i componenti della famiglia Ligresti che non hanno ancora patteggiato, gli ex amministratori e responsabili civili, tenutasi il 4 dicembre scorso.

L'associazione ricorda agli azionisti che possono mettersi in contatto con MC telefonando al numero verde 800 150 872 o scrivendo all'indirizzo email fonsai@movimentoconsumatori.it. Ulteriori informazioni sono presenti sul sito Internet dell'associazione www.movimentoconsumatori.it.

* Dalle sezioni

Roma Capitale

Associazioni contro la corruzione

Libera, insieme ad Equorete, Cittadinanzattiva Lazio ed alcune associazioni di consumatori, tra cui MC Roma Capitale, si sono impegnate a favorire la trasparenza amministrativa nel Comune di Roma e combattere i fenomeni di corruzione, lavorando, per i prossimi cinque anni, simultaneamente su due fronti. Da un lato, verrà realizzato un monitoraggio per verificare il rispetto e l'applicazione delle norme, dall'altro saranno realizzate diverse attività di animazione sociale sul territorio romano volte a sollecitare l'innalzamento culturale dei cittadini e favorire così la prevenzione.

Le proposte delle associazioni per la trasparenza e la legalità a Roma sono state presentate nel corso di un incontro che si è tenuto nella Capitale il 9 dicembre scorso, in occasione della Giornata Mondiale contro la corruzione.

romacapitale@movimentoconsumatori.it

Caserta

Focus group per il rilancio del territorio

"Terra di Lavoro tra Fuochi e Futuro". Questo è il titolo della tavola rotonda promossa da MC Caserta e Fondazione AdAstra tenutasi il 10 dicembre presso la Sala ASIPS della CCIAA di Caserta.

"L'incontro - ha spiegato il presidente di MC Caserta, Marzaioli - ha avuto il pregio di portare al tavolo di confronto, insieme a Raffaele Piccirillo, magistrato di Cassazione che coordina la commissione di esperti nominata dal ministro dell'Ambiente ai fini del decreto legge per la Terra dei Fuochi, le massime autorità del territorio quali il sindaco Del Gaudio ed il presidente della CCIAA De Simone, unitamente alle realtà associative e sindacali, creando un focus group su questo delicato tema, perché si possa parlare di futuro e di rilancio del territorio a partire dalle sue eccellenze territoriali, produttive, artigianali ed enogastronomiche".

caserta@movimentoconsumatori.it

Bari

Anziani e consumo consapevole

Movimento Consumatori Bari e l'Università della Terza Età "G. Modugno" di Bari hanno organizzato il 6 dicembre scorso un convegno sul tema "Impariamo a leggere le bollette - manuale di sopravvivenza consumerista".

L'Università della Terza Età ha manifestato interesse ad associare alle materie già oggetto dei corsi appena avviati, un approfondimento sui temi del consumo consapevole e la sezione di Bari di Movimento Consumatori ha predisposto una trattazione specifica del tema con particolare attenzione alle possibilità di risoluzione delle controversie attraverso le procedure di conciliazione. Questo anche in un'ottica inclusiva e protettiva degli appartenenti alla cosiddetta "terza età", che risultano purtroppo spesso vittime inconsapevoli di contratti capestro, offerte scorrette e servizi non richiesti.

bari@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative

ACCORDO ABI - ASSOFIN E CONSUMATORI

Libertà di scelta per le polizze sui mutui

Sempre più trasparenza, libertà di scelta, e consapevolezza del consumatore sulle caratteristiche delle diverse tipologie di servizi e prodotti offerti da banche e intermediari finanziari, e su un più agevole accesso ad opportune coperture assicurative per mutui e altri finanziamenti.

Questo l'obiettivo alla base del protocollo d'intesa sulla correttezza e sulla trasparenza nel collocamento delle polizze assicurative, firmato da ABI, Assofin e le associazioni dei consumatori Acu, Adiconsum, Adoc, Assoutenti, Casa del Consumatore, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori.

Per promuovere la diffusione di buone pratiche nell'offerta ai consumatori di coperture assicurative facoltative ramo vita o miste – cioè che prevedono sia il ramo vita che il ramo danni – accessorie ai finanziamenti, operatori bancari e finanziari concretizzeranno i seguenti impegni che costituiscono aspetti qualificanti dei progetti "Alla Pari" e "Trasparenza Semplice", avviati rispettivamente da Assofin e ABI con le associazioni dei consumatori:

- **evidenziazione facoltatività delle polizze:** inserimento nella documentazione precontrattuale della frase "la/e polizza/e assicurativa/e accessoria/e al finanziamento è/sono facoltativa/e e non indispensabile/i per ottenere il finanziamento alle condizioni proposte";

- **esposizione costo complessivo del finanziamento con e senza la polizza:** oltre al Taeg, già obbligatoriamente riportato nella documentazione precontrattuale, è previsto anche un altro indicatore del costo totale del credito, calcolato con le stesse modalità del Taeg includendo le polizze assicurative facoltative;

- **definizione di accordi con le imprese assicurative per l'estensione del diritto di recesso dalle polizze assicurative facoltative e le relative comunicazioni alla clientela:** tenendo sempre come riferimento le esigenze del cliente, sia per quanto concerne i diritti e qualità del servizio sia per quel che attiene le condizioni economiche, banche e società finanziarie che aderiscono al protocollo definiscono accordi con l'impresa (o con le imprese) di assicurazione con la quale si hanno rapporti commerciali per la promozione e il collocamento di polizze assicurative facoltative accessorie ai finanziamenti.



Questi accordi servono a riconoscere per il consumatore un periodo di 60 giorni dalla data di sottoscrizione del contratto assicurativo – ovvero, se successiva, dalla data di efficacia – per recedere liberamente dal contratto. In questo senso, dopo il perfezionamento del contratto, verrà inviata a ciascun cliente una "lettera di benvenuto" con le principali informazioni sulla polizza e i diritti in essa contenuti.

Tra le parti, come previsto dall'intesa, sarà istituito un osservatorio che si occuperà di analizzare la tematica delle polizze accessorie ai finanziamenti, rilevare i risultati di indagini su reclami o ricorsi, condividere e proporre eventuali iniziative per migliorare sempre più l'informazione alla clientela, e ottimizzare i livelli di efficienza e la trasparenza del mercato delle polizze assicurative. Per ulteriori informazioni sull'accordo si può visitare il sito Internet www.abi.it.

FOCUS FAIRTRADE

25 anni dalla parte dei produttori e dei consumatori

Lo scorso 14 novembre il circuito internazionale di certificazione del commercio equosolidale ha festeggiato i 25 anni dalla fondazione: tanto è passato da quando un piccolo gruppo di visionari olandesi e una comunità di coltivatori di caffè messicani decisero di avviare una forma di scambio commerciale alternativa a quella tradizionale, che nel tempo è arrivata a coinvolgere milioni di persone tra gli agricoltori nei Paesi in via di sviluppo e i consumatori nel resto del mondo.

Nel 1988 Frans van der Hoff, un missionario olandese, insieme all'economista Nico Roozen e l'agenzia per lo sviluppo Solidaridad, lanciarono il marchio Max

Havelaar, partendo dalla storia di un personaggio immaginario che combatteva lo sfruttamento dei coltivatori di caffè in Indonesia. Il marchio Fairtrade si trova oggi su più di 30 mila prodotti tra cui té, banane, cioccolato.

Negli ultimi 25 anni è divenuto il marchio etico più riconosciuto al mondo, con 4,8 miliardi di euro spesi ed alcune punte di eccellenza in Paesi come la Svizzera, dove più della metà di tutte le banane vendute sono Fairtrade, oppure la Gran Bretagna, dove più del 40% dello zucchero confezionato è del commercio equo certificato o la Germania, dove un mazzo di fiori su 5 proviene dalle filiere del circuito. Nonostante questi impor-

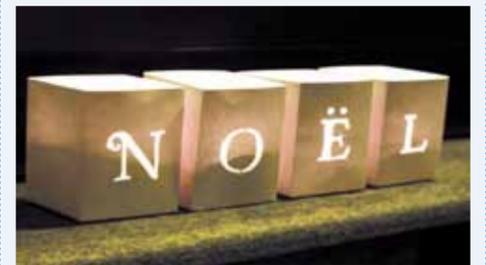
tantissimi traguardi, i beni commercializzati secondo gli standard Fairtrade rappresentano meno dell'1% dei volumi di prodotto trattati a livello internazionale. "Cambiare le regole del commercio è la sfida del secolo – noi abbiamo ambizioni audaci, abbinate alla volontà di fare un passo alla volta - ha dichiarato Harriet Lamb, direttore esecutivo di Fairtrade International - agricoltori e trader, aziende e lavoratori dovrebbero lavorare insieme per trovare un modo nuovo e migliore per fare le cose, con il pubblico che fa la sua parte. Il tempo per riequilibrare la bilancia è scaduto e dobbiamo prendere il ritmo del cambiamento".

* Dire, fare, riciclare

Festeggiare sì, ma senza inquinare!

Si può tingere il Natale di verde e festeggiare all'insegna dell'attenzione dell'ambiente che ci circonda! Per rendere le feste "natalizie" basta davvero poco. Piatti, bicchieri, tovaglioli ma tanto altro ancora tutto rigorosamente in carta riciclata o riciclabile, per rendere indimenticabile il Natale e non solo, senza trascurare bellezza e creatività. Da oltre un decennio, Comieco è interessato alle evoluzioni del settore di oggetti di consumo e d'arredo tanto da promuovere e valorizzare tutto il mondo produttivo della carta e dei cartoni riciclati, che va oltre il packaging, attraverso una pubblicazione, prima, e un ricco database, ora, denominato "L'altra faccia del macero". Le iniziative di successo hanno sempre una seconda vita e da quest'anno "L'altra faccia del macero" si presenta nella nuova veste di focus su determinati temi per fare il punto su come questo materiale ha influenzato i consumi in Italia e all'estero. L'avvicinarsi delle feste natalizie l'ha fatta da padrone nella scelta del tema dell'ultimo focus, che è interamente dedicato agli artefatti e decori per feste e ricorrenze, selezionati tra i più originali (la rassegna non è esaustiva e non può e non vuole esserlo). Il Natale è una "festa di carta" tra pacchi, carte regalo, pupi da presepe in cartapesta. Oggi anche la natività può essere rappresentata in cartone, per non parlare degli abeti di cartone che possono sostituire quelli tradizionali (finti o veri): ce ne sono diversi, sobri, originali, personalizzabili e raramente simili tra loro. Sulla tavola delle feste imbandite in occasione di feste ed eventi non possono mancare decori, applicazioni floreali o astratte portacandele piatti e bicchieri. Nella pubblicazione ci sono ottimi spunti per rendere unici momenti come un matrimonio, un invito, una festa all'aria aperta. Sono tutti prodotti disponibili sul mercato, acquistabili talvolta anche on line; sul sito di Comieco si può consultare la pubblicazione dove si trovano informazioni più dettagliate sui produttori, su come e dove rintracciarli e conoscerli meglio.

www.comieco.org



Consumers' magazine

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



Consumers' news La Newsletter del **MOVIMENTO CONSUMATORI**

Fonsai **E' ancora possibile costituirsi parte civile**
MC ha già raccolto oltre 200 costituzioni di parte civile di azionisti. La stessa MC si è costituita parte civile. Il tribunale ha rinviato il processo per valutare la legittimità delle costituzioni di parte civile depositate.
[Leggi l'articolo](#)

ABI-Consumatori **Intesa su trasparenza polizze**
Sempre più trasparenza e concorrenza per le polizze assicurative per mutui e altri finanziamenti. Questo l'obiettivo del protocollo d'intesa firmato da Abi, Assofin e le associazioni dei consumatori.
[Leggi l'articolo](#)

Iscriviti alla nostra Newsletter Consumers' news

Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e sulle iniziative del Movimento Consumatori, le ultime news sui consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra associazione. Per iscriverti: <http://www.movimentoconsumatori.it/signup.asp>. L'iscrizione è semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.

TUTTI I CITTADINI SONO SOPRATTUTTO CONSUMATORI. TUTTI I CONSUMATORI HANNO DIRITTI

Movimento Consumatori è un'associazione autonoma e indipendente senza fini di lucro, nata nel 1985 per iniziativa di un gruppo di cittadini e di esperti. Si propone di offrire ai cittadini migliori condizioni di consumo, cercando di influenzare le controparti istituzionali e private affinché forniscano servizi e prodotti adatti alle esigenze degli utenti. MC aiuta, segue e consiglia i propri soci con servizi di consulenza specializzati, li rappresenta presso organismi pubblici e privati, erogatori di servizi e fornitori di beni, e li sollecita a prendere coscienza dei propri diritti e delle proprie responsabilità. Le 60 sedi sul territorio nazionale erogano sia un servizio di informazione e orientamento sui diritti dei consumatori, sia consulenza e tutela legale ex-post. Il Movimento Consumatori mette a disposizione dei soci i seguenti servizi di consulenza: assicurativa, conciliazione (Fastweb, Postemobile, Telecom-Tim, TeleTu, Vodafone, Wind, A2A, Edison, Enel, Eni, Sorgenia, Alitalia, Assotravel, Astoi, Trenitalia, Bancoposta, Intesa San

Paolo, MPS, Ania, Poste Vita, Unipol, Poste Italiane), ecologia quotidiana, immobiliare e condominiale, legale, fiscale e tributaria, pratiche commerciali e pubblicitarie scorrette, sicurezza alimentare, rapporti con le banche, risparmio e investimento, salute e sanità, diritti del malato, farmaci, sicurezza domestica, SOS turista, utenze, trasporti e servizi pubblici. L'associazione collabora a livello nazionale e internazionale con altri enti non profit e istituzioni impegnati nella tutela degli interessi dei cittadini consumatori-utenti. MC è membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti, membro della Federazione Arci, membro del Comitato editoriale di Vita, socio dell'Associazione Valore Sociale, socio di Consumers' Forum, di Fairtrade Italia, del Forum per la Finanza Sostenibile, socio del Forum del Terzo Settore, sostenitore della campagna Sbilanciamoci! che elabora alternative sostenibili per una spesa pubblica che favorisca i diritti e la solidarietà e sostenitore del Comitato TV e Minori.

diventa socio

Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnatigli dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative. Con MC puoi iscriverti e assicurarti gratuitamente, per un intero anno, con una polizza assicurativa di tutela legale. Movimento Consumatori e D.A.S. Assicurazioni S.p.A. hanno stipulato una convenzione esclusiva per i soci di Movimento Consumatori, che potranno scegliere la polizza "Contratto Protetto" per ogni controversia futura alla data di iscrizione a MC.

Le condizioni complete sono presenti sul sito www.movimentoconsumatori.it o puoi scrivere un'email a info@movimentoconsumatori.it, oppure telefonare allo **06 4880053** o rivolgerti alla sede più vicina MC.

Puoi diventare:

Socio simpatizzante - quota 10 euro:

iscritto a MC con diritto alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto" e alla newsletter "Consumers'news".

Socio ordinario - quota 35 euro:

iscritto a MC con diritto alla consulenza legale per un anno, alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto" e alla newsletter "Consumers'news".

Puoi versare la quota associativa tramite:

bollettino postale c/c n° 66.700.709;

bonifico bancario BANCOPOSTA - IBAN: IT 36 N 07601 03200 0000 66700709 intestato a: **Movimento Consumatori** - Sede Nazionale - via Piemonte, 39/A - 00187 Roma.

Puoi utilizzare anche la carta di credito, pagando on line su

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

Per attivare il prima possibile il sistema di tesseramento invia un'email confermando i tuoi dati a tesseramento@movimentoconsumatori.it oppure invia un fax allo **06 4880053** all'attenzione dell'ufficio tesseramento del Movimento Consumatori.

Per maggiori informazioni puoi telefonare allo **06 4880053**.

* Sezioni e sportelli

ABRUZZO

Chieti, tel. 388 4079131
Pescara, tel. 085 297233

CALABRIA

Cosenza, tel. 366 4497383
Mendicino, tel. 346 8740433
Reggio Calabria, tel. 329 8487688

CAMPANIA

Battipaglia, tel. 0828 430781
Benevento, tel. 0824 975431
Caserta, tel. 0823 1970205
Napoli, tel. 0823 1970205

EMILIA ROMAGNA

Bologna, tel. 051 277111
Modena, tel. 059 3367171
Parma, tel. 0521 289962

LAZIO

Roma, tel. 06 64771284
Roma Capitale, 06 92957412
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 0277412
Brescia, tel. 02 80583136
Lecco, tel. 0341 365555
Milano, tel. 02 80583136
Varese, tel. 0332 810569

MARCHE

Civitanova Marche, tel. 0733 694109
Macerata, tel. 0733 236788

MOLISE

Campobasso, tel. 0874 411086

PIEMONTE

Biella, tel. 015 8491179
Ciriè, tel. 348 0122797
Cuneo, tel. 0171 602221
Torino, tel. 011 5069546
Valsesia, tel. 0163 833420

PUGLIA

Andria, tel. 0883 591030
Bari, tel. 080 2022627
Brindisi, tel. 0831 523190
Capitanata, tel. 0882 223774
Lecce, tel. 0832 399128
Molfetta, tel. 080 3354776
Noci, tel. 334 9043239
Trani, tel. 347 8006116

SARDEGNA

Assemini, tel. 070 9459025
Decimomannu, tel. 070 9667112

SICILIA

Catania, tel. 340 8935897
Messina, tel. 090 2924994
Palermo, Tel. 091 6373538

TOSCANA

Cecina, tel. 0586 754504
Firenze Nord, tel. 055 4250239
Livorno, tel. 0586 219158
Lucca, tel. 0583 490004
Prato, tel. 0574 635298
Versilia, tel. 0584 31811
Piombino, tel. 348 8974227

UMBRIA

Perugia, Tel. 075 5731074

VENETO

Padova, tel. 049 8256920
Treviso, tel. 0422 545000
Venezia-Mestre, tel. 041 5318393
Verona, tel. 045 595210
Vicenza, tel. 0444 325767

CONVENZIONE ARCI - MOVIMENTO CONSUMATORI

Iscriviti al Movimento Consumatori

CONDIVIDI ANCHE TU IL NOSTRO IMPEGNO PER:

- un modello di economia reale non subordinato agli interessi della finanza
- la tutela dell'ambiente e la promozione di stili di vita sostenibili
- la tutela di beni e di servizi comuni come fondamento del patto tra stato e cittadini
- la difesa dei diritti individuali e collettivi dei più deboli

SE HAI LA TESSERA ARCI,
PUOI ACCEDERE AI NOSTRI SERVIZI
A CONDIZIONI AGEVOLATE!

info

Per aderire contatta il tuo circolo ARCI
oppure il Movimento Consumatori
tel. 06.4880053 - fax 06. 4820227
tesseramento@movimentoconsumatori.it



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

www.movimentoconsumatori.it



www.arci.it