



Controversie

MC apre sportello nazionale on line

Pag. 5



Luce e gas

Problemi? C'è "Energia: Diritti a Viva Voce"

Pag. 6



Gaming

Indagine su applicazione decreto Balduzzi

Pag. 7



Rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili

Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



novembre 2014

Anno 06 N. 05

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

DOSSIER

CONTRAFFAZIONE, L'INDUSTRIA CHE NON CONOSCE CRISI

Non c'è prodotto che sia immune e il coinvolgimento nel settore delle organizzazioni criminali italiane è sempre maggiore. E' quanto emerge dalla recente audizione del comandante generale della Guardia di finanza, Saverio Capolupo, alla commissione parlamentare d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria audiovisiva.

Il comandante ha fatto riferimento alle cifre del rapporto Censis 2014, secondo cui il fatturato annuale della contraffazione ammonta a 6,5 miliardi e costa allo Stato un mancato gettito di 5,2 miliardi e alla collettività 105 mila posti di lavoro in meno. Capolupo ha reso noto che tra gennaio 2011 e agosto 2014 la Guardia di finanza ha sequestrato, complessivamente, oltre 412 milioni di prodotti irregolari, di cui quasi la metà, 197 milioni, contraffatti. Numeri che si commentano da soli e su cui stanno lavorando da anni le istituzioni con mirati interventi di contrasto.



dossier
da pagina 2 a pagina 3

L'intervista: Loredana Gulino

direttore Direzione generale lotta contraffazione -Uibm -Ministero dello Sviluppo economico

di Angela Carta

Il nostro approccio bottom up, ha preso le mosse da una considerazione semplice, ma crediamo efficace: si deve partire dalle esigenze concrete di chi è danneggiato (da un lato le imprese, dall'altro i consumatori) per capire quali sono gli strumenti più efficaci per reagire al fenomeno". Loredana Gulino, al vertice della direzione generale lotta contraffazione del Mise fa il punto sugli interventi

per contrastare un'"industria" che nuoce gravemente al nostro Paese.

La fabbrica del falso sembra non conoscere crisi. Per svolgere al meglio interventi contro la contraffazione le autorità dispongono di strumenti normativi sufficienti?

Certamente il fenomeno non è in calo, né lo è l'attività di contrasto. E ancor meno si può dire in termini di investimenti.

una buona notizia...

Energia. Presentata la bici che si ricarica al sole

Economica, ecologica e pratica: ecco la bici elettrica che si ricarica al sole, che è stata presentata lunedì 6 ottobre in piazza San Martino, davanti all'ingresso della Fondazione Banca del Monte di Lucca. La nuova bicicletta solare è stata realizzata da Giuseppe Minio, presidente del Movimento Consumatori Versilia, per conto del Comune di Massarosa, che l'ha acquistata grazie al contributo della Fondazione Banca del Monte di Lucca.

...e una cattiva

Ecosistema urbano. Aria inquinata nelle città

il quadro che emerge dalla ventunesima edizione di Ecosistema Urbano, il rapporto di Legambiente sulla vivibilità ambientale dei capoluoghi di provincia italiani, realizzato in collaborazione con Ambiente Italia e Il Sole 24 Ore e presentato a Torino il 27 ottobre, non è dei migliori: inquinamento atmosferico a livelli d'emergenza e tasso di motorizzazione in crescita, gestione dei rifiuti altalenante e trasporto pubblico in crisi.

editoriale

La vicenda Telecom-Metroweb
di Alessandro Mostaccio*

Metroweb è una società controllata dal Ministero dell'economia tramite altre società partecipate dalla Cassa depositi e prestiti.

È proprietaria di una rete tlc, concentrata prevalentemente al nord, che rappresenta la più vasta rete in fibra ottica in Europa, ed è oggi l'unica rete alternativa alla rete Telecom in rame.

Non è gestore di servizi al pubblico, ma sviluppa e affitta l'infrastruttura di rete agli operatori di tlc, principalmente Fastweb e Vodafone, che la utilizzano, a parità di condizioni, per fornire ai rispettivi clienti i servizi di connettività Internet, telefonia fissa e mobile e servizi digitali multimediali.

In altre parole, Metroweb prefigura il modello che auspichiamo per lo sviluppo della rete tlc di nuova generazione: un proprietario di rete a controllo pubblico, "neutro" rispetto al mercato, che fornisce agli operatori l'infrastruttura a parità di condizioni, consentendo il dispiegarsi della concorrenza senza distorsioni riconducibili alla gestione della rete.

A fronte di ciò, nelle scorse settimane, organi di informazione, non solo italiani, hanno diffuso voci di una delega espressa dal CdA di Telecom all'amministratore delegato a trattare l'acquisizione di quote di controllo di Metroweb.

*segretario generale Movimento Consumatori

segue a pagina 4

segue a pagina 4

DOSSIER

Tutti i numeri del mercato del falso

Una recente ricerca, realizzata dal Censis in collaborazione con la Direzione generale lotta contraffazione, rileva quanto la fabbrica del falso danneggi il nostro Paese



Il business del falso in Italia genera un giro di affari di oltre 6,5 miliardi di euro. E' quanto è emerso dalla ricerca realizzata dal Censis in collaborazione con la Direzione generale per la lotta alla contraffazione del Ministero dello Sviluppo economico presentata a Roma il 30 settembre scorso.

Il fenomeno nuoce gravemente all'economia nazionale: se i prodotti contraffatti fossero realizzati e commercializzati sul mercato legale si avrebbero 17,7 miliardi di euro di produzione aggiuntiva, con conseguenti 6,4 miliardi di valore aggiunto.

Questa produzione genererebbe acquisti di materie prime, semilavorati e servizi dall'estero per un valore delle importazioni pari a 5,6 miliardi di euro. E la produzione legale delle merci assorbirebbe 105 mila lavoratori occupati a tempo pieno.

L'industria del falso comporta anche pesanti perdite per il bilancio dello Stato in termini di mancati introiti fiscali. Riportare sul mercato legale la produzione contraffatta significherebbe garantire un gettito fiscale aggiuntivo di 5 miliardi e 280 milioni di euro, considerando tutte le fasi della catena di produzione.

Al primo posto, abbigliamento e accessori

Nel quinquennio 2008-2012, la Guardia di finanza e l'Agenzia delle dogane hanno effettuato oltre 86 mila sequestri che hanno portato al ritiro di 290 milioni di prodotti contraffatti. Il 38% dei sequestri sono avvenuti nel Lazio (20,8%) e in Lombardia (16,8%) seguono la Campania, la Puglia la Toscana e la Liguria. In queste sei regioni hanno avuto luogo il 70% dei sequestri. Nelle Marche i sequestri sono stati 2554, in Abruzzo 1349.

Proprio in quest'ultima regione gli interventi degli organi preposti hanno portato al sequestro di oltre dieci milioni di pezzi contraffatti.

Tra i prodotti sequestrati da Guardia di finanza ed Agenzia delle dogane, al primo posto ci sono articoli di abbigliamento con 49 milioni di pezzi, 35 milioni sono i giocattoli sequestrati che quasi sempre si rivelano nocivi e pericolosi, sei milioni sono gli articoli cosmetici e i profumi.

I settori più colpiti dalla contraffazione sono l'abbigliamento e gli accessori (2 miliardi e 243 milioni di euro, pari al 34,3% dell'intero valore), il comparto cd, dvd e software (1 miliardo e 786 milioni di euro, il 27,3% del totale) e i prodotti alimentari (poco più di un miliardo di euro, pari al 15,8% del totale).

Gli effetti della crisi sui prodotti falsi

Per tutti i settori, ad eccezione dei medicinali, si registra una contrazione del fatturato della contraffazione rispetto al 2010. Il protrarsi della crisi spinge i consumatori ad adottare strategie di contenimento delle spese anche quando si tratta di merci fake. C'è un "effetto deflazione" anche nel comparto del falso, con un abbassamento dei prezzi dei prodotti contraffatti venduti in strada. Il valore medio unitario degli articoli sequestrati dalle Dogane e dalla Guardia di finanza si è ridotto negli ultimi cinque anni da 13 a 10,7 euro (-17,7%).

Non è in diminuzione il fenomeno della contraffazione e l'abitudine dei consumatori ad acquistare merci false, quindi, ma si è verificata una flessione dei prezzi, per andare incontro alle ridotte disponibilità di spesa dei clienti.

Il peso della criminalità organizzata

Secondo l'indagine, il 46% dei soggetti economici interpellati (camere di commercio, associazioni imprenditoriali e di categoria) dichiara che l'acquisto di merce falsa è un'abitudine in crescita tra i consumatori, in particolare con riferimento agli articoli di abbigliamento e agli accessori, e per un ulteriore 32% il fenomeno è stabile.

Il 46% afferma che sul proprio territorio viene prodotta merce falsa. La contraffazione trova un contesto più favorevole nei territori caratterizzati da un'elevata presenza di attività illegali ai danni delle imprese regolari. Il 60% dei soggetti consultati dal Censis lamenta la presenza di imprese irregolari nella propria area, il 52% denuncia fenomeni di sfruttamento del lavoro e il 51% di immigrazione clandestina.

Addirittura il 21% segnala la presenza di imprese gestite direttamente dalla criminalità organizzata (e la percentuale sale al 43% al Sud).

È ancora troppo poco quello che le imprese italiane fanno per difendersi dal dilagare del falso.

Secondo il 66% degli intervistati non è sufficiente il livello di conoscenza da parte delle aziende in merito agli strumenti da utilizzare per la tutela della proprietà industriale.

Il 61% dichiara però che negli ultimi anni si sono svolte sul territorio iniziative di formazione e di sensibilizzazione, molte delle quali finanziate dal Ministero dello Sviluppo economico.

DOSSIER

Consumatori e istituzioni insieme contro la contraffazione

Il "Io Sono Originale" è l'iniziativa finanziata dal Ministero dello Sviluppo economico - Direzione generale per la lotta alla contraffazione - Ufficio italiano brevetti e marchi e realizzata dalle associazioni dei consumatori (tra cui MC) che mette in campo una serie di attività di informazione e di sensibilizzazione per i cittadini sulla contraffazione, sui problemi per la salute pubblica, per la legalità e per l'economia derivanti da questo fenomeno e sui soggetti dedicati al contrasto. Il progetto ha portata nazionale e dura due anni e prevede una serie di servizi utili rivolti a tutti i cittadini:

- sei sportelli territoriali e uno sportello virtuale (sportello@iosonoriginale.it) che offrono informazioni e consulenza in materia di contraffazione e di tutela della proprietà industriale in favore dei consumatori;

- una campagna di comunicazione nazionale prevista nel secondo anno del progetto con l'organizzazione di venti eventi territoriali presso outlet, centri commerciali, sagre, spa, discoteche ed altri luoghi di aggregazione.

Ogni evento sarà incentrato su un settore merceologico e sulla presentazione, sia attraverso lo strumento teatrale sia attraverso la presenza degli operatori delle associazioni e la partecipazione di un rappresentante aziendale e istituzionale, di alcuni casi di prodotti contraffatti particolarmente diffusi o eclatanti;

- un osservatorio finalizzato alla rilevazione e al monitoraggio di notizie nazionali e internazionali sul fenomeno della contraffazione e alla loro diffusione attraverso la produzione di una newsletter bimensile;

- 14 vademecum, in lingua italiana e inglese, che sono distribuiti e caricati sul sito Internet di progetto e sui siti delle associazioni dei consumatori, contenenti le linee guida su alcune categorie merceologiche;

- due indagini conoscitive: una che mira a quantificare l'evoluzione del fenomeno e la consapevolezza dei consumatori sui rischi e sui danni causati dall'utilizzo dei prodotti contraffatti, l'altra più concentrata sui consumatori di giovane età e sul loro grado di conoscenza e di consapevolezza del problema;

- un sito web (www.iosonoriginale.it) che veicola tutto il materiale di comunicazione del progetto;

- un concorso volto a premiare coloro che rispondono nel migliore dei modi a dei giochi/quiz sul tema presenti sul sito;

- due app scaricabili gratuitamente, su iPhone, iPad, smartphone;

- 14 video che illustrano i contenuti di ciascuno dei vademecum realizzati dal Ministero e di quelli che saranno realizzati nell'ambito dell'iniziativa.

Per ulteriori informazioni si può visitare il sito del Ministero dello Sviluppo economico - Direzione generale per la lotta alla contraffazione all'indirizzo www.uibm.it o i siti delle associazioni che aderiscono al progetto.

* Il piano strategico del Cnac

Il Consiglio nazionale anticontraffazione (Cnac), che ha sede presso il Ministero dello Sviluppo economico, si è riunito il 15 ottobre scorso alla presenza del sottosegretario Simona Vicari, che lo presiede, per deliberare sulle proposte elaborate dalle commissioni tematiche Cnac in attuazione del programma strategico approvato nei mesi scorsi e che saranno tradotte in provvedimenti normativi nelle prossime settimane. Una riunione che per la prima volta ha visto la presidenza affidata a un esponente di governo e che sottolinea la volontà di dare maggiore incisività e forza alle politiche a tutela dei consumatori.

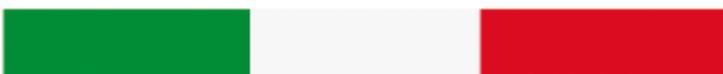
L'impegno preso è di emanare una 'legge speciale Expo' per la tutela dei segni distintivi collegati all'Esposizione Universale che si terrà a Milano da maggio a ottobre del prossimo anno. Inoltre, è stato deciso anche il varo di una norma per incentivare l'adozione dei marchi collettivi di fonte privata gestiti in forma consortile o equivalente con lo scopo di valorizzare e rendere riconoscibile l'eccellenza dei prodotti italiani sui mercati esteri.

Infine, nell'ambito del rafforzamento territoriale, è stato stabilito un ulteriore intervento al fine di rendere effettiva l'applicazione delle sanzioni nei confronti degli acquirenti consapevoli di prodotti contraffatti. Sul fronte della lotta alla contraffazione on line, il presidente Vicari ha espresso particolare soddisfazione per i risultati raggiunti in questo settore dal Cnac, che ha consentito di portare gli operatori del mondo web e i titolari dei diritti di proprietà industriale a condividere un percorso di lavoro, anche in vista dell'adozione di un modello volontaristico di contrasto alla contraffazione on line. A tal proposito, il sottosegretario Vicari, concludendo i lavori, ha spiegato: "La politica torna a occuparsi in maniera diretta e incisiva di questo grave fenomeno, che in maniera così pesante e negativa impatta sull'economia del nostro Paese e sulla diffusione e il radicamento dell'illegalità nel territorio. Da parte del governo, c'è il forte e deciso impegno nel contrastare i fenomeni legati alla contraffazione, soprattutto per sostenere la competitività delle nostre imprese e contribuire allo sviluppo del Paese".

Il Consiglio nazionale anticontraffazione è l'organismo interministeriale con funzioni di indirizzo, impulso e coordinamento strategico delle iniziative intraprese da ogni amministrazione in materia di lotta alla contraffazione, al fine di migliorare l'insieme dell'azione di contrasto a livello nazionale. Istituito presso il Ministero dello Sviluppo economico dalla legge 23 luglio 2009 n. 99, è operativo dal 2011.

Ne sono membri 11 ministeri (Sviluppo economico, Economia e Finanze, Affari Esteri, Difesa, Politiche Agricole, Interno, Giustizia, Beni e Attività Culturali, Lavoro e Politiche Sociali, Salute, Funzione Pubblica) e l'Anci (Associazione nazionale Comuni italiani). Il Consiglio è presieduto dal ministro dello Sviluppo economico o da un rappresentante da lui designato. Con decreto del 5 settembre 2014, il ministro Guidi ha delegato alla presidenza Cnac il sottosegretario allo Sviluppo, Simona Vicari.

IO SONO



DOSSIER

Gulino, Dg lotta alla contraffazione: "La fabbrica del falso non si ferma, ma neanche le nostre numerose e mirate attività di contrasto"

segue dalla **prima**

I dati sui sequestri e sui prodotti sequestrati parlano chiaro: nel periodo 2008-2013 si sono registrati in totale circa 56.500 sequestri e 123 milioni di pezzi di abbigliamento ed accessori sequestrati per contraffazione, per un valore stimato di oltre 1,850 miliardi di euro. Peraltro, in controtendenza rispetto ad altri settori, il numero di articoli di abbigliamento sequestrati per contraffazione è aumentato nel 2013 rispetto al 2012. In termini di "fatturato", la contraffazione nel settore abbigliamento e accessori rappresenta il 34,3% del valore complessivo della contraffazione in Italia (2012). E, come evidenziato in un nostro studio realizzato in collaborazione con il Censis, il decremento rilevato nel 2012 rispetto al 2010 si può spiegare come ulteriore effetto della crisi economica.

Il quadro normativo in materia di contrasto alla contraffazione e quindi di tutela dei titoli di proprietà industriale, è in Italia fra i più avanzati, specie se si considera la tutela civilistica, largamente e profondamente armonizzata a livello comunitario e che tiene conto di tutte le normative derivanti dall'adesione dell'Italia ai diversi trattati internazionali.

Tuttavia, sia in ambito del Consiglio nazionale anticontraffazione che di Commissione parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione, della pirateria in campo commerciale e del commercio abusivo, si sta fattivamente lavorando in un'ottica di perfezionamento degli strumenti esistenti per rendere ancora più incisiva l'attività di contrasto.

Come si rapporta il mondo imprenditoriale con le istituzioni nella lotta alla contraffazione?

Il sistema nazionale anticontraffazione può contare, oltre che su un assetto legislativo avanzato, anche su un assetto istituzionale particolarmente articolato. Oltre alla creazione della Direzione generale per la lotta alla contraffazione e la tutela dei titoli di proprietà industriale – Ufficio italiano brevetti e marchi, il Mise ha assunto il ruolo di autorità nazionale responsabile della formulazione delle politiche per la lotta alla contraffazione, presso cui ha sede il Consiglio nazionale anticontraffazione; un organismo interministeriale che ha funzioni di indirizzo, impulso e coordinamento strategico delle iniziative intraprese da ogni amministrazione

in materia di lotta alla contraffazione, presieduto dal Ministro dello sviluppo economico. Il Cnac coinvolge tutti i soggetti che sostanzialmente si occupano di lotta alla contraffazione, quindi forze dell'ordine, associazioni imprenditoriali, associazioni dei consumatori, sia a un livello più strategico, con le commissioni permanenti delle forze dell'ordine e delle forze produttive e dei consumatori, sia a un livello più operativo, con le commissioni tematiche.

L'approccio adottato, bottom up, ha preso le mosse da una considerazione se vogliamo semplice, ma crediamo efficace, ossia che si debba partire dalle esigenze concrete di chi è danneggiato (da un lato le imprese, dall'altro i consumatori) per capire quali sono gli strumenti più efficaci per reagire.

E' proprio nell'ambito delle commissioni tematiche che il partenariato, il mondo imprenditoriale e quello dei consumatori, suggeriscono azioni e strumenti concreti per affrontare il problema della contraffazione in alcuni ambiti prioritari individuati dal Consiglio.

Secondo lei su quali aspetti del fenomeno è necessario agire e concentrarsi per avere risultati di contrasto efficaci?

Per il biennio 2014-2015, il Consiglio nazionale anticontraffazione ha individuato tre priorità strategiche, che si pongono in continuità con le priorità strategiche individuate nel Piano nazionale anticontraffazione del 2012 e lo attualizzano alla luce delle sfide e delle opportunità che il semestre di presidenza italiana della Ue dal 1° luglio di quest'anno e l'esposizione universale di Milano nel 2015 riservano al nostro Paese.

Queste sono: 1) la "Tutela del made in Italy" da fenomeni di usurpazione all'estero; 2) l'"Enforcement" (inteso come controllo e repressione delle violazioni e come rafforzamento del presidio territoriale); 3) "Lotta alla contraffazione via Internet".

Sono questi i tre ambiti prioritari verso cui il Consiglio nazionale anticontraffazione ha orientato l'azione degli stakeholder individuando delle proposte normative che dovrebbero trovare ingresso nell'ordinamento nell'anno in corso o nei primi mesi del 2015.

Il Ministero dello Sviluppo economico ha intrapreso

diverse campagne di sensibilizzazione. Che ruolo crede possano avere i consumatori nel contrasto alla contraffazione?

Come in qualunque mercato legale, anche quello illegale della contraffazione tende all'equilibrio tra domanda ed offerta. Ecco perché, in una logica di prevenzione, occorre agire per depotenziare la domanda di prodotti contraffatti attraverso l'informazione e sensibilizzazione dei consumatori, di qualunque fascia d'età, ma soprattutto le nuove generazioni. Occorre richiamare il cittadino a scelte di consumo più consapevoli dei relevantissimi danni prodotti dalla contraffazione sul sistema Paese, meglio declinati nelle diverse campagne di comunicazione che sono state in tal senso attivate, ed in corso di attivazione.

In particolare, ci sono tre iniziative che il Ministero dello Sviluppo economico ha avviato in questo ambito. La prima è la campagna nazionale di comunicazione in materia di proprietà industriale e lotta alla contraffazione, realizzata anche in collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei ministri, con lo slogan "Difendi la proprietà industriale e fai crescere le tue idee".

La seconda iniziativa sono le attività di educazione, di informazione e di formazione dirette sia agli insegnanti sia agli alunni delle scuole primarie e secondarie sulla tutela della proprietà industriale e sulla lotta alla contraffazione, naturalmente in collaborazione con il Ministero dell'istruzione, allo scopo di far capire a coloro che saranno domani i nuovi consumatori o magari i nuovi imprenditori quale sia il valore strategico dell'iniziativa inventiva, come leva di sviluppo della società in cui i nostri giovani vivono. Inoltre, si tratta di far capire quanto grande sia il disvalore della contraffazione come freno alla creatività e come tutto ciò sia fonte di attività criminale. La terza è un'iniziativa di sensibilizzazione verso i cittadini, in questo caso realizzata anche in collaborazione con le associazioni di consumatori, che mira a coinvolgere attraverso progetti i cittadini stessi nella lotta alla contraffazione, anche con sportelli di assistenza che le associazioni gestiscono sul territorio o comunque con strumenti di comunicazione, di informazione, di marketing innovativi.

editoriale

La vicenda Telecom-Metroweb

segue dalla **prima**

Se si aprisse un simile scenario, ad oggi non smentito da Telecom, assisteremmo alla concentrazione, in capo all'ex monopolista, di tutte le reti di telecomunicazioni (la vecchia in rame e quella nuova in fibra, cosiddetta "banda larga") e si aprirebbero almeno due inquietanti interrogativi: quale interesse avrebbe Telecom, proprietaria della vetusta rete in rame, ad investire sullo sviluppo della rete di nuova generazione, rendendo il suo principale patrimonio definitivamente obsoleto? E quale livello di effettiva concorrenza potrebbe svilupparsi se tutte le infrastrutture del settore fossero di proprietà di uno soltanto degli operatori? Affinché questi interrogativi non rimangano solo oggetto di una nostra riflessione, necessitano di un focus giuridico e tecnico da chi per legge ne ha il potere, per questo abbiamo presentato un esposto all'Agcm perché venga aperta un'istruttoria sulla vicenda. Non sfugge, parallelamente, l'imbarazzante

assenza di indicazioni da parte dei governi, che da decenni non esprimono una strategia organica sull'evoluzione e sull'assetto delle reti di tlc. La privatizzazione, i "capitani coraggiosi", la liberalizzazione abbandonata a se stessa, i progetti di scorporo della rete sempre contrastati, la cessione di quote Telecom a società estere, e questa ipotesi di concentrazione della proprietà delle reti, col rischio di rallentamento dello sviluppo delle infrastrutture digitali, sono le tappe di una involuzione del settore, lasciato senza una politica industriale e abbandonato alle logiche delle strategie finanziarie. Anche per questo crediamo che questa vicenda non possa essere considerata un affare privato fra azionisti di questa o quella società: essa coinvolge gli interessi strategici di tutto il Paese, e dà a tutti noi diritto e titolo per esserne informati, dire la nostra e chiedere al governo di battere un colpo.

Alessandro Mostaccio

IL NUOVO SERVIZIO DI MOVIMENTO CONSUMATORI

Ora le controversie si risolvono con un clic con lo Sportello del Consumatore on line

MC mette a disposizione dei cittadini un innovativo servizio di assistenza e di gestione delle pratiche in Rete. Basta andare all'indirizzo www.sportello.movimentoconsumatori.it



di Marco Gagliardi*

Home banking, assicurazioni, agenzie di viaggio, e-shopping nell'abbigliamento e nell'elettronica, vendita di biglietti di concerti ed eventi, librerie e musica... si trova di tutto nel grande supermercato dell'e-commerce.

Internet è uno strano bazaar, perché non esistono barriere geografiche, rapporti di persona e con un clic si può acquistare qualsiasi cosa e anche risparmiare. O anche mettere nel carrello virtuale un mare di guai.

Perché sugli scaffali virtuali, tra nuove e aggressive forme di marketing, fioccano scogli per il navigatore-consumatore. Spesso più nascosti e insidiosi per il rischio di azzeramento del rapporto di fiducia che contraddistingue gli acquisti "vis-à-vis" e di dover andare alla ricerca di un venditore o truffatore che potrebbe aver nascosto il bottino dall'altra parte del mondo.

Così, dopo aver assistito al boom dell'e-commerce, che qualcosa di buono ha di certo reso al consumatore (pensiamo, ad esempio, all'indiscutibile convenienza delle polizze on line nell'RC Auto o ai voli low cost), ma anche dopo aver avviato azioni collettive inibitorie per pratiche commerciali scorrette per svariate forme - non sempre trasparenti di vendita - vedi Groupalia (finti gruppi d'acquisto per niente equi e solidali con applicazione di

clausole limitative di responsabilità), Ryanair (addebiti di costi mascherati), Volagratis, Edreams e Opodo (commissioni vietate per l'uso della carta di credito) e TicketOne (vendita biglietti per eventi con commissioni occulte e clausole illecite), nello scenario di frequenti interventi di Antitrust, legislatore comunitario e italiano, ci siamo chiesti, nel più grande centro commerciale del mondo quale possa essere il nostro ruolo e come possiamo muoverci.

Sulla prima domanda la risposta è semplice: dobbiamo essere presenti per la tutela del consumatore-navigatore. Ma come? Come potremmo essere più forti, nell'enorme e dispersivo mercato del web? Semplice.

Anche noi, per affiancare il consumatore virtuale, dobbiamo offrire un servizio veloce di tutela "a distanza". Dobbiamo attrezzarci con uno staff specializzato di consulenti che sappiano sempre di più districarsi tra le normative, essere aggiornati su quello che succede, saper dare risposte e poter garantire assistenza costante e puntuale on line ai consumatori.

Non perché vogliamo abbandonare il rapporto di persona con gli iscritti e depotenziare la rete di sportelli, presidi sul territorio che da sempre danno assistenza face-to-face ai consumatori, aprono pratiche e gestiscono in via stragiudiziale il contenzioso contro imprese e professionisti. Anzi.

Vogliamo affiancarli e sostenerli quando le distanze (tra

* Sei settori per una tutela a 360°

Gli ambiti di intervento dell'innovativo Sportello del Consumatore on line coprono qualsiasi problematica che possa coinvolgere nel quotidiano i cittadini, sia riguardo contratti on line sia contratti tradizionali. Di seguito, li dettaglio delle problematiche che possono interessare i consumatori cui lo sportello può fornire assistenza.

Acquisti e servizi

Garanzia nella vendita, recesso, ritardi nella consegna di mobilifici, concessionari, problemi artigiani, meccanici. Qualsiasi inadempimento sia nei contratti tradizionali sia nell'e-commerce.

Assicurazioni

RC auto, polizze vita, polizza della casa, polizza infortuni, responsabilità professionisti. Qualsiasi controversia contro compagnie di assicurazioni.

Banche

Usura bancaria, clonazioni di bancomat, crac finanziari, illegittime segnalazioni a centrali rischi, furti di identità. Qualsiasi controversia contro banche e finanziarie.

Energia

Addebiti stimati e conguagli, bollette troppo elevate, problemi da cambi di gestore, doppia o mancata fatturazione, richieste di rateizzazioni. Qualsiasi controversia in ambito di fornitura gas e energia elettrica.

Telefonia

Applicazione di tariffe e condizioni non concordate, contestazioni traffico dati e voce, guasti sulla linea, mancata portabilità del numero, mancato trasloco della linea. Qualsiasi controversia nella telefonia fissa e mobile.

Trasporti e turismo

Annullamento pacchetti turistici, cancellazioni o ritardi voli, smarrimento bagagli, disservizi hotel, reclami nel trasporto marittimo, ferroviario e su gomma. Qualsiasi controversia contro tour operator e compagnie di trasporto.

chi ci chiede assistenza e la sede MC sono grandi) oppure il tempo (quando il consumatore non lo ha per recarsi di persona nelle sezioni) costituiscono barriere.

È la soluzione è lo Sportello del Consumatore on line: uno strumento, accessibile dal computer di casa, come dallo smartphone o dal tablet, che garantisce una risposta veloce, informazioni, assistenza e possibilità di gestione delle pratiche (che si trasformano in fascicoli virtuali) tutto in Rete. Così oggi, all'indirizzo www.sportello.movimentoconsumatori.it - anche raggiungibile dal sito Internet nazionale www.movimentoconsumatori.it - i nostri iscritti possono dialogare in un'area riservata con 21 consulenti specializzati nei singoli settori della tutela del consumatore.

Potranno attivare procedure di conciliazione paritetiche, rivolgersi ai Corecom e all'Arbitro Finanziario e Bancario. Tutto con un semplice clic.

*ufficio legale Movimento Consumatori

UTENZE DOMESTICHE

Luce e gas, continua "Energia: Diritti a Viva Voce"

Fino a dicembre prossimo, i cittadini possono chiedere informazioni e consulenza telefonando al numero verde 800 821212 o rivolgendosi agli sportelli attivi per l'iniziativa

Le liberalizzazioni della commercializzazione del gas metano e successivamente quella del mercato energetico hanno rivelato alcune criticità molto importanti per i consumatori che sono state confermate durante lo svolgimento del terzo anno di "Energia: Diritti a Viva Voce", il progetto realizzato da 18 associazioni di consumatori e finanziato con il contributo dell'Autorità per l'energia elettrica il gas e il servizio idrico. "Energia: Diritti a Viva Voce" è un insieme di servizi fisici e telematici per la tutela dei consumatori e degli utenti del servizio energetico italiano e ha come obiettivo quello di rendere i cittadini più informati e più consapevoli e di supportarli nelle problematiche legate al settore energetico. Il progetto ha iniziato le proprie attività nel mese di settembre 2011 e le continua per il terzo anno consecutivo (fino a dicembre 2014), grazie al rinnovato impegno dell'Autorità dell'Energia elettrica e il gas, mantenendo la stessa denominazione e lo stesso tipo di organizzazione e di obiettivi dell'edizione 2013, ma con il miglioramento della comunicazione e della capacità di intercettare la domanda dell'utente.

Ai 31 sportelli presenti sul territorio italiano, gestiti dalle associazioni dei consumatori che si pongono l'obiettivo di fornire risposte ai clienti/consumatori è affiancato un servizio di call center, con numero verde 800 82 1212 gratuito per chiamate da rete fissa e cellulari attivo dal lunedì al venerdì, un'app (Apple e Android) e un sito internet www.energiadirittivivoce.it con possibilità di avere informazioni immediate, di contattare gli sportelli e di visualizzare le news del settore e spot radio/televisivi.

Le criticità - emerse nell'anno in corso - con cui gli utenti di energia e gas devono fare maggiormente i conti sono difficoltà nel passaggio da un fornitore all'altro, contratti non richiesti, situazioni di consumi e conguagli anomali e ri-fatturazioni, comprensività delle bollette, mancanza di informazioni sul servizio, difficoltà nei contatti con il venditore e il distributore.

Dal mese di marzo, fino al 5 ottobre scorso sono arrivate al numero verde e agli sportelli 8365 segnalazioni (oltre il 60% per il settore elettrico e quasi il 75% inerenti il mercato libero). Sul totale dei contatti quasi il 47% ha riguardato problemi di fatturazione, il 21% circa problematiche di mercato e sempre il 21% di contratto, circa il 5% segnalazioni su prezzi e tariffe. La restante percentuale ha riguardato una serie di altre criticità come allacciamenti, richiesta bonus, etc.

Rispetto agli anni precedenti si è assistito ad un incremento dei contatti per problemi legati a condotta commerciale negativa (20,24% a fronte del 17,24 nel periodo 1° settembre 2011 - 31 dicembre 2013). Anche per la voce fatturazione le percentuali sono aumentate in quest'ultimo anno (46,77% contro i 44,90%).

La media dei contatti mensili registrata per il progetto 2014, considerando la diminuzione del numero degli sportelli coinvolti (da 45 si è passati a 31) è aumentata rispetto al progetto precedente del 29%.

IL GABIBBO TESTIMONIAL DEL PROGETTO E LE GIORNATE DEL CONSUMATORE INFORMATO



Le 18 associazioni di consumatori di "Energia: Diritti a Viva Voce" hanno organizzato il 20 maggio scorso a Roma, una conferenza stampa per fare il punto sullo stato del mercato energetico in Italia e sulle criticità del settore luce e gas. Il quadro dipinto dalle associazioni è stato purtroppo, tutt'altro che roseo.

Se da un lato, infatti, sono aumentate le opportunità di scelta per gli utenti e si è allargato il ventaglio di possibilità in loro favore sul fronte della fornitura dei servizi energetici, dall'altro sono aumentati i disservizi, gli errori, e le truffe a danno dei consumatori.

Nel corso dell'incontro, le associazioni hanno investito il Gabibbo di "Striscia la notizia" del ruolo di testimonial dell'iniziativa, in virtù del suo impegno da anni profuso, attraverso il noto tg satirico, per la tutela dei cittadini e contro le scorrettezze e i raggiri in tutti i settori.

A questo evento si sono aggiunte il 1° luglio e il 21 ottobre 2014, la prima e la seconda "Giornata del consumatore informato": gli operatori dei 31 sportelli del progetto "Energia: Diritti a Viva Voce", hanno allestito stand e banchetti nelle principali piazze o luoghi molto frequentati, hanno diffuso materiale informativo e fornito consulenze ai cittadini su conguagli, errori di fatturazione, consumi non effettuati, contratti non richiesti, truffe, ecc.

Lo scopo delle due iniziative è stato quello di fornire agli utenti un'adeguata conoscenza dei propri diritti in materia di energia e aiutare i cittadini a risolvere problemi con le utenze di luce e gas, dando loro efficaci strumenti di difesa. Le città coinvolte nell'iniziativa sono state Bolzano, Udine, Torino, Genova, La Spezia, Milano, Bologna, Parma, Modena, Perugia, Firenze, Pescara, Campobasso, Roma, Latina, Napoli, Caserta, Benevento, Catanzaro, Cosenza, Palermo, Cagliari.



"ENERGIA: DIRITTI A VIVA VOCE"

GIOCO D'AZZARDO

Decreto Balduzzi, norme rispettate

A rivelarlo è un'indagine del progetto "Salva Famiglie". I numeri della raccolta giochi sono in calo, ma alle associazioni di consumatori arrivano sempre più richieste di aiuto



* Il progetto "Salva Famiglie"

L'attuale crisi economica che si protrae ormai da diversi anni ha colpito gravemente i cittadini e, in particolare, le famiglie italiane.

Questa situazione purtroppo è andata progressivamente peggiorando, soprattutto per le famiglie a reddito fisso, che hanno conosciuto una contrazione sempre più marcata del proprio potere di acquisto.

La realtà, infatti, è che oggi una famiglia su tre non riesce a far fronte alle esigenze essenziali.

Il progetto "Salva Famiglie" (finanziato dal Ministero dello Sviluppo economico) nasce dalla constatazione che, il cittadino-consumatore italiano vive in una condizione di forte difficoltà economica e sociale, e che questa situazione viene raccolta e, talvolta, amplificata all'interno della famiglia come primo e principale nucleo aggregativo di comunità.

Partendo da queste considerazioni le associazioni dei consumatori, Federconsumatori, Adoc, Adusbef, Asso-consum e Movimento Consumatori, intendono fornire le informazioni e gli strumenti utili ad aumentare la conoscenza dei consumatori riguardo ai propri diritti e agli strumenti di tutela di cui dispongono, concentrandosi principalmente su tre categorie di prodotti/servizi che quotidianamente interessano la vita delle famiglie dei consumatori: acquisti, casa, portafoglio.

Per il progetto sono stati realizzati tre siti su queste tematiche ricchi di materiali informativi, guide utili, approfondimenti, video e audio tutti raggiungibili dal portale www.salvafamiglie.it.

Per l'iniziativa è stato attivato anche un numero verde **800 926422** (attivo dal lunedì al venerdì dalle 9.30 alle 12.30 e dalle 14.30 alle 17.30) e un servizio informativo di assistenza e di consulenza, fornito grazie ad una rete di venti sportelli presenti sul territorio nazionale.

I recapiti si trovano sul portale "Salva Famiglie".

Nell'ambito del progetto "Salva Famiglie" che presta particolare attenzione al preoccupante fenomeno della ludopatia, le associazioni di consumatori Adoc, Adusbef, Asso-consum, Federconsumatori e Movimento Consumatori hanno realizzato un'indagine per monitorare il rispetto degli obblighi informativi (decreto Balduzzi) cui sono tenuti i gestori di apparecchi per il gioco legale su tutto il territorio nazionale. Il decreto prevede che ogni esercizio commerciale dotato di postazioni per giochi d'azzardo o scommesse esponga cartelli ben visibili al pubblico che spieghino i rischi legati all'utilizzo di questi apparecchi.

Il monitoraggio ha riguardato l'applicazione di questi obblighi:

- applicazione sugli apparecchi a moneta o gettone di formule di avvertimento sul rischio di dipendenza da gioco;
- divieto d'uso ai minori di 18 anni;
- apposizione sull'apparecchio dell'autorizzazione rilasciata dall'Autorità amministrativa;
- esposizione di materiale informativo Asl sui rischi legati al gioco e sui servizi di assistenza.

L'indagine (realizzata nei mesi di giugno e luglio scorsi) ha riguardato 380 esercizi pubblici tra bar, tabacchi, centri ricreativi e sale gioco scelti casualmente in 35 città italiane (con una copertura totale di tutte le 20 regioni).

La rilevazione si è svolta in forma anonima: i rilevatori hanno verificato il rispetto degli obblighi normativi frequentando il locale come comuni clienti.

Il campione oggetto d'indagine risulta composto per il 74%

da bar e tabacchi, per il 23% da sale da gioco e per il 3% da centri ricreativi. Il risultato totale dell'indagine è di una sostanziale applicazione degli obblighi normativi.

Andando nel dettaglio, l'obbligo di applicazione sugli apparecchi a moneta o gettone di formule di avvertimento sul rischio di dipendenza da gioco è rispettato dall'85% degli esercizi, mentre il 15% lo evade.

Il 97% degli esercizi espone il divieto d'uso degli apparecchi per il gioco con premi in denaro ai minori di 18 anni e l'86% appone l'autorizzazione rilasciata dall'autorità amministrativa. Il materiale informativo Asl sui rischi legati al gioco e sui servizi di assistenza viene esposto dal 72% del campione, mentre il 28% non lo mostra.

"Il rispetto normativo - commentano le associazioni - è tendenzialmente recepito, anche se colpisce come la percentuale di chi è in regola si abbassi in modo considerevole in merito all'applicazione dell'obbligo d'esposizione del materiale informativo Asl. Riteniamo infatti che l'informazione sui rischi legati al gioco, e soprattutto sull'esistenza di servizi dedicati all'assistenza di persone affette da Gap, siano importanti per incrementare il grado di consapevolezza (sulle possibilità di prevenzione e cura della ludopatia) e per favorire la riflessione di chi è vittima del gioco d'azzardo e delle loro famiglie".

"Nel periodo in cui è stato realizzato il monitoraggio - continuano le associazioni - sul sito dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli non era possibile rilevare quale tipo

di impatto avesse il rispetto della norma sull'andamento del fenomeno, visto che i dati ufficiali in merito, contenuti sul portale risalivano al 2012 (prima dell'applicazione del decreto Balduzzi).

A conclusione dell'indagine avevamo quindi inviato una lettera all'Agenzia in cui chiedevamo la pubblicazione di questi dati per verificare se il decreto avesse portato ad una diminuzione del fenomeno.

Pochi giorni fa, l'Aams ci ha comunicato dove è possibile prendere visione dei dati relativi al 2013 (www.agenziadoganemonopoli.gov.it - pdf Organizzazione, attività e statistica dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli - Anno 2013). Da questi risulta una lieve flessione dei numeri relativi alla raccolta giochi. Come associazioni dei consumatori abbiamo rilevato, invece, con l'aggravarsi della crisi economica, una crescita esponenziale delle richieste di aiuto da parte di famiglie indebitate a causa del gioco.

La percezione che rimandano queste richieste, che giungono da ogni parte d'Italia in maniera costante, è che il problema sia in realtà vivo e non in fase di regressione".

La versione integrale dell'indagine sull'applicazione del decreto Balduzzi è consultabile e scaricabile sul sito Internet www.salvafamiglie.it.

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



Inflazione e potere d'acquisto.

I dati Istat non tengono conto della pressione fiscale

di Gustavo Ghidini*

Inflazione in graduale recupero dal 2015. Nella media dell'anno prossimo, l'inflazione si manterrà ancora inferiore all'1%, con una crescita del deflatore della spesa delle famiglie pari allo 0,7%.

Le caratteristiche dei recenti sviluppi dei prezzi rendono ipotizzabile "il permanere dell'inflazione italiana su ritmi contenuti" anche in un più ampio orizzonte. In presenza di un indebolimento dell'euro, "il prossimo anno la dinamica dei prezzi rifletterà la ripresa dell'inflazione importata".

Nel 2016, spinte al rialzo saranno fornite "ancora dalle componenti esogene, nel quadro di un più oneroso approvvigionamento delle materie prime sui mercati internazionali". A prevederlo è l'Istat nelle "Prospettive per l'economia italiana per il periodo 2014/2016". All'analisi però ci sembra manchi una parte rilevante.

L'inflazione, infatti, misura l'aumento progressivo del livello medio dei prezzi e la sua misura serve a stabilire quanto aumenti il costo della vita in un dato periodo.

Le rilevazioni vengono effettuate mensilmente e annualmente dall'Istat. Il tasso di inflazione viene utilizzato poi per impostare politiche a tutela del potere d'acquisto degli individui e delle famiglie.

Le rilevazioni sono effettuate su un gruppo di prodotti e servizi (paniere) rappresentativo delle spese dei cittadini. Un elemento però non è ricompreso in questo conteggio: la pressione fiscale. E' chiaro che se nell'inflazione vogliamo individuare non un puro dato esclusivamente statistico, ma intendiamo con tale indice individuare il reale potere d'acquisto dei cittadini e delle famiglie, non possiamo non considerare che il potere d'acquisto dei cittadini è tanto più elevato quanto meno sia eroso dalla pressione fiscale e viceversa. Questo aspetto però non è considerato dall'Istat nelle rilevazioni e non finisce dunque nelle riflessioni di politica economica che devono stabilire i giusti bilanciamenti negli interventi a sostegno delle famiglie e degli individui.

La pressione fiscale, diretta (imposte sul reddito, sulla casa, sui depositi, etc.) e indiretta (tagli dei servizi pubblici, ticket, etc.) vanno ad aumentare il costo della vita, eccome. Ma l'indice ufficiale Istat non le registra.

Crediamo sia necessario un intervento che porti a una valutazione complessiva e coordinata di tutti gli indicatori economici anche per evitare di "giocare" a far dire ai numeri quello che in realtà non dicono.

*presidente onorario Movimento Consumatori

* Domande e risposte

Cosa si intende per garanzia per vizi della cosa venduta?

Anna Penna - Roma

Il venditore è tenuto a garantire che la cosa venduta sia immune da vizi che la rendano inidonea all'uso cui è destinata o ne diminuiscano in modo apprezzabile il valore. Il patto con cui si esclude o si limita la garanzia non ha effetto, se il venditore ha in malafede taciuto al compratore i vizi della cosa (art. 1490). Non è dovuta la garanzia se al momento del contratto il compratore conosceva i vizi della cosa e non è dovuta, se i vizi erano facilmente riconoscibili, salvo, in questo caso, che il venditore abbia dichiarato che la cosa era esente da vizi (art. 1491). Nei casi indicati dall'art. 1490, il compratore può domandare a sua scelta la risoluzione del contratto o la riduzione del prezzo, salvo che, per determinati vizi, gli usi escludano la risoluzione. La scelta è irrevocabile quando è fatta con la domanda giudiziale. Se la cosa è perita in conseguenza dei vizi, il compratore ha diritto alla risoluzione del contratto; se è perita per caso fortuito o per colpa del compratore, o se questi l'ha alienata o trasformata, non può domandare che la riduzione del prezzo (art. 1492). In caso di risoluzione del contratto il venditore deve restituire il prezzo, rimborsare al compratore spese e pagamenti fatti per la vendita. Il compratore deve restituire la cosa, se questa non è perita in conseguenza dei vizi (art. 1493). Il venditore è tenuto al risarcimento del danno, se non prova di aver ignorato senza colpa i vizi della cosa. Il venditore deve altresì risarcire al compratore i danni derivati dai vizi della cosa (art. 1494). Il compratore decade dal diritto alla garanzia, se non denuncia i vizi al venditore entro 8 giorni dalla scoperta, salvo il diverso termine stabilito dalle parti o dalla legge. La denuncia non è necessaria se il venditore ha riconosciuto l'esistenza o ha occultato il vizio. L'azione si prescrive in un anno dalla consegna ma il compratore può sempre far valere la garanzia se il vizio della cosa è stato denunciato entro 8 giorni dalla scoperta e prima del decorso dell'anno dalla consegna, art. 1495). Se i termini scadono senza che la denuncia sia fatta e/o l'azione giudiziale iniziata, non c'è più la possibilità di farlo.

* Laogai Research Foundation a cura di Francesca Romana Poleggi

Il problema della sicurezza alimentare in Cina è complicato dal fatto che il regime dittatoriale soffoca la libera informazione e le denunce da parte dei giornalisti. Così facendo prospera la corruzione tra i funzionari addetti al controllo. E i corrotti, che hanno un qualche appoggio nella nomenclatura del Partito, sanno di farla franca: eventuali denunce che li coinvolgano sarebbero messe a tacere in qualche laojiao. Il problema si inserisce nel più ampio prospetto della legislazione sociale e della tutela della salute pubblica, che è uno dei grandi drammi del popolo cinese: le epidemie e le pandemie sono all'ordine del giorno e facilmente varcano i confini del Paese come testimoniano la diffusione della Sars e della influenza aviaria. Il governo cinese dovrebbe invece avere il coraggio di affrontare il problema punendo severamente coloro che non rispettano le regole e i controllori che non operano efficacemente. Perché la questione in esame non è solo un problema di cibo, né solo un problema economico: ne va la sicurezza dello Stato e la posizione della Cina nel campo delle relazioni internazionali. Da anni si succedono scontri tra la Cina e l'Ue e gli USA sulla sicurezza alimentare. I cinesi accusano gli occidentali di pretendere il rispetto di standard troppo elevati, l'Europa e gli USA, ogni anno, rimandano indietro o distruggono migliaia di partite di alimenti cinesi. L'atteggiamento delle autorità europee, però, non è sempre coerente; per di più esistono vie commerciali che eludono i controlli. Ancora una volta emerge la necessità di migliorare le normative e la severità nella loro applicazione, ma anche la necessità di migliorare le conoscenze sia degli operatori commerciali sia dei servizi di controllo affinché possa essere garantito un livello di sicurezza sufficientemente elevato sia dal punto di vista sanitario sia per gli aspetti commerciali.

<http://www.laogai.it>

Tra le righe di Lorenzo Miozzi, presidente Movimento Consumatori

Il vero non profit e gli italiani che farebbero la differenza

Il titolo di questo libro di Giovanni Moro è per molti aspetti fuorviante, perché l'autore non critica nel suo insieme il terzo settore, ma ne descrive difetti e pregi. La nota polemica è indirizzata a quel non profit che niente ha a che fare con il non profit, "in cui un po' tutto è possibile, dai ristoranti alle palestre, dalle cliniche alle polisportive con tutto ciò che ne consegue in termini di dubbia utilità sociale, possibili arricchimenti personali, conflitti di interesse, elusione fiscale, etc". Com'è possibile che entità di fatto simili ad imprese private, ma rese più competitive grazie alla falsa caratterizzazione convivano con le organizzazioni che si occupano della parte più debole della società? L'autore cita dati disponibili a tutti, ma spesso ignorati, con l'intento di restituire i privilegi del terzo settore a chi davvero ne segue i principi e di mettere in luce la mercificazione delle imprese cosiddette sociali.



Giovanni Moro
Contro il non profit
Edizioni Laterza
188 pagine - 12,00 euro

Perché si ignorano persone che costituiscono la vera forza motrice dell'Italia, e che, se valorizzate con un adeguato progetto sociale di redistribuzione della ricchezza e delle opportunità, potrebbero fare la differenza? Disoccupati costretti a lavorare in nero, precari imprigionati nel limbo dei contratti a termine, pensionati che stentano ad arrivare alla fine del mese, immigrati preda dello sfruttamento, giovani che non studiano e hanno abbandonato la ricerca di un lavoro stabile, rappresentano una fetta consistente della società italiana: si tratta di una maggioranza invisibile, perché ignorata da politica e sindacati, e silenziosa, perché incapace di riconoscere la sua forza elettorale. Portando alla luce problemi, tratti distintivi e potenzialità di questa maggioranza invisibile e dimenticata, Ferragina fa luce sulle ragioni del disagio sociale che oggi paralizza il nostro Paese.



Emanuele Ferragina
La maggioranza invisibile
Biblioteca Universale Rizzoli
284 pagine - 14,00 euro

Consumers' notizie

SINISTRI RC AUTO

Ivass, Ania e Consumatori: necessario potenziare la conciliazione



Le associazioni dei consumatori insieme a Ivass e Ania ritengono necessario rafforzare il funzionamento e l'efficacia dell'istituto della conciliazione paritetica per i sinistri RC Auto, pur riconoscendo la validità del complessivo impianto della procedura e del relativo processo informatico di supporto - così come definiti dalle associazioni dei consumatori e dall'associazione delle imprese di assicurazione. E' questo l'esito principale dell'incontro che si è svolto il 20 ottobre scorso presso l'Ivass con le AACCC cui hanno partecipato Acu, Adiconsum, Adoc, Adusbef, Altroconsumo, Assoconsum, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Codici, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori e, nella prima parte della riunione dedicata alla conciliazione, anche l'associazione delle imprese di assicurazione. La discussione sulla conciliazione si è incentrata sulle cause del limitato ricorso alla procedura di conciliazione - riconducibili essenzialmente alla scarsa conoscenza dell'istituto da parte dei consumatori e ai comportamenti prevalentemente da loro assunti - e sulle possibili azioni da intraprendere per promuoverne lo sviluppo. Nel corso del 2013 e nei primi otto mesi del 2014 la procedura è stata attivata solo in 180 casi, a fronte di 3 milioni di sinistri, il 10% circa dei quali si trasforma in contenzioso.

Alla luce di quanto emerso circa le possibili cause dell'esiguo ricorso alla conciliazione paritetica, nonché sull'importanza per l'assicurato

di mantenere il legame con una figura presente sul territorio, l'Ivass ha suggerito due possibili direttrici d'intervento:

- la prima volta a rafforzare l'informazione verso l'utenza consegnando all'assicurato, in fase di stipula della polizza, unitamente al modulo CAI, un foglio informativo che illustri in modo sintetico la procedura e le sue modalità operative nonché individuando più incisive forme di diffusione delle informazioni relative a tale strumento;

- la seconda volta a conciliare le esigenze di confronto diretto con la controparte avvertite dagli assicurati con quelle di agevolare le modalità di accesso alla procedura ampliandone i punti di accesso. Fermo restando la possibilità degli assicurati di rivolgersi direttamente all'associazione dei consumatori per l'inoltro delle richieste, si è proposto di coinvolgere nella fase di raccolta delle richieste anche le imprese, che provvederebbero poi a trasmetterle alle associazioni cui l'utente ritiene di conferire il mandato.

In tal modo si avrebbe la possibilità di sfruttare l'ampia rete distributiva di cui le imprese dispongono. E' stato anche prospettato il ricorso al canale postale per l'invio delle richieste. Ulteriori proposte sono emerse con l'obiettivo di far conseguire maggiori livelli di specializzazione alle risorse delle associazioni dedicate alla gestione delle controversie (individuazione di persone da dedicare in via continuativa o prevalente a tale attività, sulle quali investire con iniziative formative mirate e, in vista dell'auspicato incremento delle adesioni alla procedura, soluzioni organizzative più strutturate che tengano conto della ripartizione tra compiti istruttori e compiti decisori).

Ania e le associazioni hanno valutato positivamente il piano organico di interventi prospettato dall'Ivass teso a cogliere tutti gli elementi di criticità emersi nel corso dell'incontro, riservandosi di valutare successivamente nel dettaglio le proposte che verranno più analiticamente illustrate in un documento a cura dell'Ivass.

Nella seconda parte dell'incontro, l'Ivass ha raccolto le positive considerazioni delle associazioni dei consumatori in merito agli esiti dell'indagine "Sei assicurato e forse non lo sai", relativa alle polizze vendute in abbinamento a prodotti e servizi di natura non assicurativa, pubblicata a luglio sul sito Ivass da cui emerge che circa 15 milioni di persone potrebbero essere assicurate a loro insaputa e non essere quindi in grado di sfruttare la polizza in caso di bisogno.

L'Ivass ha infine annunciato l'imminente pubblicazione nel proprio sito dei risultati della indagine sull'operatività dei siti comparativi finalizzata a verificare il livello di trasparenza e correttezza dei servizi di comparazione. La data del prossimo incontro è stata fissata per il 21 gennaio 2015.

* In evidenza

Rinnovato l'accordo tra UniCredit e Consumatori

UniCredit ha rinnovato la partnership con 12 associazioni dei consumatori (tra cui MC), per un impegno comune per la tutela dei clienti.

"Dal 2008 UniCredit e le associazioni dei consumatori hanno stipulato un accordo che ha consentito alla banca di realizzare iniziative per tutelare i consumatori nell'affrontare e comprendere meglio i prodotti bancari, come mutui, prestiti, ma anche l'home banking", ha spiegato Rodolfo Ortolani, responsabile Country development e Value Optimization Italy.

"La partnership rinnovata ha consentito di raggiungere numerosi risultati", afferma Ortolani. Innanzitutto, "la chiarezza e la trasparenza nei contratti dei prodotti a maggiore diffusione condivisi e semplificati in collaborazione con le associazioni dei consumatori".

L'accordo ha prodotto finora nove decaloghi "Le 10 cose da sapere su..."; strumenti informativi per favorire l'acquisto consapevole e sostenibile nel tempo dei principali prodotti bancari da parte di clienti e non clienti.

Gli argomenti trattati dai decaloghi sono: mutuo, conto corrente, carte di credito, carte di debito, prestito personale, carte di credito revolving, cessione del quinto dello stipendio/pensione, la banca multicanale, fino al recente "rimesse di denaro".

Le guide possono essere scaricate sul sito Internet UniCredit www.unicredit.it o sui siti delle associazioni che hanno aderito all'accordo. Il sito di MC è raggiungibile all'indirizzo www.movimentoconsumatori.it.



* Dalle sezioni

Torino

Diritti passeggeri: MC dà assistenza

Per la prima volta a Torino, secondo quanto previsto dall'art. 2 co. 461 della L. 244/2007, Movimento Consumatori ha potuto confrontarsi insieme al Comune con il gestore Amiat per la pubblicazione della "Carta di qualità dei servizi Amiat", strumento con cui i cittadini possono verificare il rispetto dei propri diritti (e i propri doveri), per poter eventualmente presentare reclami in caso di disservizi, in relazione ai dati quantitativi e qualitativi che ci si può legittimamente attendere dalla società concessionaria.

Chi presenta un reclamo ad Amiat, può inviarlo per conoscenza anche all'email torino@movimentoconsumatori.it. Ma i cittadini devono, comunque, anche prestare attenzione ai loro doveri: per poter migliorare la raccolta differenziata, possono consultare il "Rifiutologo", una guida pratica alla corretta separazione dei rifiuti presente sul sito Internet www.amiat.it.

torino@movimentoconsumatori.it

Roma Capitale

Alimentiamoci... di buone regole

Il progetto "Alimentiamoci di Buone Regole: partecipiamo ad una corretta alimentazione", realizzato da MC, insieme a Cittadinanzattiva Lazio Onlus e Confconsumatori Lazio, con il contributo finanziario della Regione ha lo scopo di informare i cittadini sulle corrette abitudini alimentari. L'iniziativa prevede la realizzazione di una guida e di una campagna con il coinvolgimento dei cittadini in incontri informativi nei mercati rionali, nelle scuole e negli spazi comunali e la somministrazione alle famiglie e agli alunni delle scuole primarie e secondarie di un questionario di indagine sulle abitudini di consumo alimentare e di movimento. Si possono avere informazioni sulle corrette abitudini recandosi presso gli sportelli romani MC o contattando il nutrizionista al numero 3389360536. La guida è scaricabile su www.movimentoconsumatori.lazio.it o può essere richiesta scrivendo a romacapitale@movimentoconsumatori.it.

romacapitale@movimentoconsumatori.it

Caserta

"INTEGRA", il progetto va avanti

E' ormai entrata nel vivo l'operatività per il progetto "INTEGRA, la legalità in movimento" in merito ai terreni confiscati alla famiglia Schiavone nel tenimento di Santa Maria la Fossa (CE). Il piano di rivalutazione di questi beni confiscati alla malavita è realizzato dalla compagine capeggiata da MC Campania ed è sostenuto da Fondazione con il Sud. Il paesaggio incolto ha lasciato il posto a campi arati e le travi arrugginite e le sterpaglie che sommergevano gli immobili sono un lontano ricordo; le stalle sono quasi ultimate e sul casale si staglia già il marchio "INTEGRA", vessillo della legalità su quello che un tempo era il quartier generale dei clan camorristici locali. E' previsto per gennaio l'insediamento dell'allevamento bufalino, mentre il partner Arci sta già lavorando alla "rassegna culturale per artisti in erba contro la camorra INTEGRArti", trampolino di lancio per il potenziale artistico dei giovani di Terra di Lavoro.

caserta@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative

CAMPAGNA PER L'ACCESSO ALLE INFORMAZIONI DI CONSUMATORI CON DIFFICOLTÀ INTELLETTIVE

Cittadini a pieno titolo con "A modo mio"



Movimento Consumatori con il progetto "A modo mio", che ha ottenuto il cofinanziamento del Ministero del lavoro e delle politiche sociali e la collaborazione di Anfass, vuole favorire l'inclusione sociale dei cittadini con disabilità intellettiva e/o relazionale e di quelle categorie più fragili che manifestano difficoltà cognitive nella comunicazione e nel linguaggio quotidiano.

"A modo mio" si ispira all'art. 9 della convenzione delle Nazioni unite sui diritti delle persone con disabilità in cui viene sancito il diritto all'accessibilità delle informazioni per le persone con disabilità. MC ambisce ad una società capace di misurarsi con le differenze e di cogliere le potenzialità di arricchimento che ciascuna persona può dare.

Nella società dell'informazione, in cui ogni elemento della vita quotidiana è sintetizzabile in una notizia, il diritto d'informarsi acquisisce una "caratura sociale".

Il progetto "A modo mio. Cittadino a pieno titolo" intende ridurre le "barriere percettive" che si frappongono all'accesso alle informazioni e alla concreta interazione sociale dei disabili psichici, così da fornire loro un'occasione di sviluppo e inclusione all'interno della società in cui vivono. Il progetto

andrà ad affiancare le iniziative già avviate dalle associazioni che operano in questo campo e che conoscono bene il target, attraverso partnership e occasioni di scambio e dando a queste realtà il valore aggiunto del know-how tipico di un'associazione di consumatori.

MC utilizzerà il "linguaggio facile da leggere" per realizzare prodotti che mirino a ridurre il gap informativo:

- sei guide sulle tematiche proprie di un'associazione di consumatori (Farmaci: uso corretto e conservazione; I principali servizi degli uffici pubblici; Trasporto pubblico locale e trasporto ferroviario; Risparmio di energia negli usi domestici; Telefonia; L'acquisto di beni di consumo) per fornire strumenti di gestione della vita quotidiana;

- un periodico creato ad hoc, cioè un contenitore delle notizie e temi di attualità di cui ogni cittadino dovrebbe essere a conoscenza: brevi e chiare informazioni su politica, economia, società, costume che possano essere recepite e che possano essere spunto di dibattito, di approfondimento e di riflessione in diverse occasioni di vita quotidiana e di comunità. Il periodico inviato in formato digitale sarà scaricabile e quindi stampabile;

- un programma di educazione alla cittadinanza per favorire nelle persone con disabilità intellettiva lo sviluppo delle abilità e competenze necessarie ad una partecipazione attiva e consapevole nel proprio contesto di vita.

I concetti trattati faranno riferimento prevalentemente a nozioni di base di scienze politiche, giuridiche e sociologiche, fortemente collegate alla dimensione della cittadinanza attiva, utilizzando il "linguaggio facile".

Il programma sarà fruibile tramite cd o area web. L'approccio non sarà accademico, ma informale: un personaggio animato quale tutor ed esperto del settore illustrerà i temi in puntate/moduli il cui insieme costituirà il palinsesto dell'intero "programma educativo".

I temi saranno, per fare qualche esempio: democrazia e cittadinanza; il comune e le province; la regione e le Asl; il parlamento; il governo e il presidente della repubblica; il ruolo dei corpi intermedi; la costituzione; l'Europa; i mercati, la Borsa; etc. Per maggiori informazioni sull'iniziativa si può scrivere all'indirizzo email info@movimentoconsumatori.it.

* Dire, fare, riciclare

Carta da... indossare!

Chi non ha mai provato a creare accessori e gioielli "fai da te" alza la mano!

La realizzazione di oggetti per la decorazione di sé è pratica diffusa, sin da bambini troviamo un passatempo davvero gratificante manipolare i materiali e rinnovare gli accessori, nonostante la discutibile piacevolezza estetica.

Come spesso accade, non tutte le ciambelle escono col buco e quel guizzo per il "fai da te" nella maturità può diventare esperienza sbiadita o addirittura scomparire e solo in pochi oggi possono fregiarsi del titolo di artisti o di artigiani che ne hanno fatto un vero e proprio lavoro. Comieco sa bene che per creare oggetti unici e desiderabili occorre gusto e mano sapiente, da anni infatti raccoglie gli esempi più interessanti e ora, con il quarto volume della collana L'Altra Faccia del Macero dal titolo "Carta da indossare", riconosce particolare pregio e ricercatezza estetica, a 40 prodotti italiani e stranieri in carta riciclata, che comprendono cappelli, gioielli, copricapo e borse, con una predominanza di gioielli. Sono principalmente donne le artiste-artigiane che hanno sviluppato oggetti preziosi, una volta fatti prioritariamente di metallo nobile e pietre ricercate, oggi fatti di materiali più sobri e meno luccicanti, come la carta che ha un'estetica meno squillante e più discreta, e che ben si accompagna a legno, cuoio, metalli non nobili, lacche opache, plastiche, materiali talvolta anche di recupero. La carta in questa nuova raccolta - che non può e non ha l'ambizione di essere esaustiva - svolge un ruolo non solo interessante, ma spesso dominante per eleganza e qualità cromatica, introducendo importanti elementi di modernità e riscattando i bijoux, finalmente, dalle abusate perline e paillettes. Chi si fosse incuriosito, può collegarsi al sito di Comieco e sfogliare l'Altra faccia del macero dedicata ad accessori e gioielli, e non finirà di stupirsi.

www.comieco.org



FOCUS FAIRTRADE

Fairtrade Italia: 20 anni di commercio equo

Oggi si chiama Consorzio Fairtrade Italia e fa parte del più grande network globale di certificazione del commercio equo, il circuito che fa capo a Fairtrade International. Ma nel 1994 si chiamava TransFair ed era un'associazione: riuniva i soggetti propri del commercio equo e alcune delle maggiori organizzazioni sociali e ong italiane. La sfida era diventare soggetti veri del cambiamento attraverso un marchio che portasse i prodotti del commercio equo raggiungendo la distribuzione organizzata, per coinvolgere sempre più consumatori e sostenere sempre più produttori nei Paesi in via di sviluppo. Dopo 20 anni sono molti i risultati raggiunti.

Oggi i prodotti certificati Fairtrade sono oltre 600, venduti in più di 5.000 punti vendita per un totale di 76,3 milioni di euro spesi nel 2013: è quasi il 17% in più rispetto al 2012. All'inizio fu il caffè, poi arrivarono il tè, il cacao, le banane e il cotone. Oggi un consumatore italiano su quattro riconosce il marchio Fairtrade perché lo vede non solo su banane, ananas e fiori freschi, ma su succhi di frutta, snack, biscotti, gelati, palloni. Fairtrade viene sempre più identificato come un modo di portare "più giustizia nel carrello" attraverso la scelta di prodotti che contribuiscono allo sviluppo sostenibile degli agricoltori dei Paesi in via di sviluppo. D'altra parte viene riconosciuto

dalle imprese come un anello fondamentale della responsabilità sociale d'impresa e diventa manifestazione riconoscibile della volontà delle aziende di gestire le problematiche d'impatto sociale ed etico dei loro prodotti. La celebrazione del ventennale di Fairtrade ad ottobre è stata anche l'occasione di lanciare un appello ai parlamentari affinché si avanzi nella proposta di legge sul commercio equo. Le organizzazioni socie del Consorzio, tra cui MC, l'hanno fatto partecipando all'incontro "Storia, opportunità e prospettive del commercio equo certificato" presso la Camera dei Deputati cui hanno partecipato gli onorevoli impegnati sull'attuale proposta di legge in materia.

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.

Iscrivendoti a MC nazionale sarai:

TUTELATO: potrai usufruire di un qualificato servizio di consulenza legale in caso di violazione dei tuoi diritti di consumatore recandoti presso una delle nostre sezioni o dialogando direttamente da casa con uno dei consulenti del nostro sportello on line (www.sportello.movimentoconsumatori.it)

INFORMATO: riceverai in abbonamento direttamente a casa tua Consumers' magazine, il nostro periodico, per essere sempre informato con notizie dal mondo del consumerismo.

AGGIORNATO: riceverai Consumers' news, la newsletter che ti aggiorna sulle iniziative di Movimento Consumatori.

Puoi diventare:

Socio sostenitore - quota 35 euro - iscritto a Movimento Consumatori

nazionale con diritto alla consulenza legale tramite lo sportello on line, all'abbonamento a Consumers' magazine e alla newsletter Consumers' news.

Socio simpatizzante - quota 15 euro - iscritto a Movimento Consumatori nazionale con diritto all'abbonamento a Consumers' magazine e alla newsletter Consumers' news.

Socio a convenzione - iscritto a Movimento Consumatori nazionale nell'ambito di accordi stipulati con altre associazioni, enti e aziende. Se vuoi conoscere le agevolazioni previste dalle convenzioni attive o sei interessato a sviluppare una partnership con MC scrivi a tesseramento@movimentoconsumatori.it.

Per maggiori informazioni: <http://www.movimentoconsumatori.it/associarsi.asp>. Telefono **06 4880053** - email: tesseramento@movimentoconsumatori.it.

* Sezioni e sportelli

ABRUZZO

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

CALABRIA

Lamezia - Vibo, tel. 320 2295896
Mendicino, tel. 346 8740433
Reggio Calabria, tel. 329 8487688

CAMPANIA

Benevento, tel. 0824 975431
Caserta, tel. 0823 1970205
Napoli, tel. 0823 1970205

EMILIA ROMAGNA

Bologna, tel. 051 277111
Modena, tel. 059 3367171

LAZIO

Roma, tel. 06 64771284
Roma Capitale, tel. 06 4067413
Sede distaccata Municipio I, tel. 06 39735013
Tivoli, tel. 0774 334270

LIGURIA

Genova, tel. 010 0982191
Sanremo, tel. 0184 597675
Savona, tel. 340 0759343
Valdimaera, tel. 018 7626660

LOMBARDIA

Bergamo, tel. 035 0277412
Lecco, tel. 0341 365555
Milano, tel. 02 80583136
Varese, tel. 0332 810569

MARCHE

Macerata, tel. 0733 236788

MOLISE

Campobasso, tel. 0874 411086

PIEMONTE

Cuneo, tel. 0171 602221
Torino, tel. 011 5069546
Valsesia, tel. 0163 833420

PUGLIA

Andria, tel. 0883 591030
Bari, tel. 080 2026822
Brindisi, tel. 0831 523190
Foggia e provincia, tel. 0882 223774
Lecce, tel. 0832 399128
Molfetta, tel. 080 3354776
Noci, tel. 334 9043239
Trani, tel. 347 8006116

SARDEGNA

Assemini, tel. 070 9459025

SICILIA

Caltanissetta, tel. 339 2046198
Catania, tel. 340 8935897
Messina, tel. 090 2924994
Palermo, tel. 091 6373538
Siracusa, tel. 0931 463897
Trapani, tel. 388 1962601

TOSCANA

Arezzo, tel. 055 901643
Cecina, tel. 0586 754504
Firenze Nord, tel. 055 4250239
Livorno, tel. 0586 219158
Pisa, tel. 050 41047
Prato, tel. 0574 635298
Piombino, tel. 348 8974227
Versilia, tel. 055 901643

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

HAI UN PROBLEMA?



c'è lo Sportello
del Consumatore
ON LINE

semplice

veloce

comodo



➔ vai su www.sportello.movimentoconsumatori.it

puoi risolvere
controversie su:

-  Acquisti e servizi
-  Assicurazioni
-  Banche
-  Energia
-  Telefonia
-  Trasporti e turismo

Lo Sportello del
Consumatore on line
è un servizio di

 **MOVIMENTO
CONSUMATORI**

