



**Johnny**  
Risultati  
delle indagini  
su ecommerce  
Pag. 4



**Inps**  
MC assiste  
1200 pensionati  
nei rimborsi  
Pag. 9



**Iniziative**  
Un magazine  
per i giovani contro  
la contraffazione  
Pag. 10



**Rubriche**  
Notizie,  
campagne,  
informazioni utili  
Pag. 9/11

# Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



febbraio 2017

Anno 09 N. 01

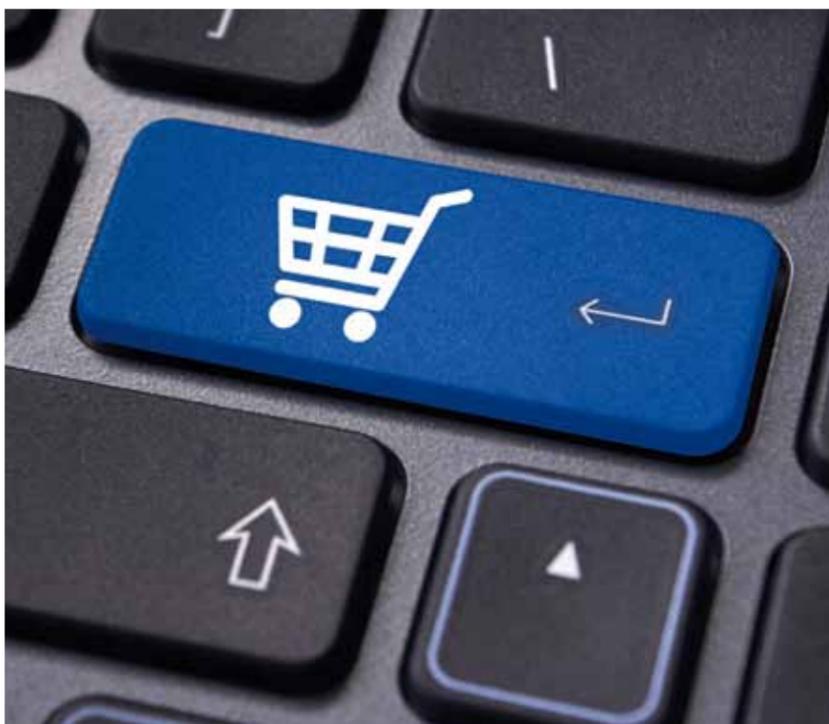
via Piemonte, 39/A 00187 Roma Tel. 064880053 Fax 064820227 www.movimentoconsumatori.it info@movimentoconsumatori.it

## DOSSIER

### Ecommerce: acquisti sicuri se si è informati

Si va meno in negozio e si compra utilizzando sempre più spesso il pc o lo smartphone.

Chi infatti non ha effettuato almeno una volta nella vita un acquisto online? Si comprano libri, pezzi di ricambio, vestiti, di tutto. È il bello della Rete, che molto spesso risolve tanti problemi in tempi record. Ma occorre conoscere i propri diritti e doveri per effettuare acquisti sicuri e questo accade se il consumatore è ben informato. In questo dossier vengono forniti consigli per comprare online evitando brutte sorprese, con una panoramica sugli strumenti di tutela per i consumatori. Su Consumers' magazine, a partire da questo numero, saranno anche pubblicati i risultati di sette indagini sull'e-commerce realizzate nell'ambito del progetto Johnny: partiamo con le prime tre su food delivery, trasporto passeggeri su autobus e marittimo.



dossier  
segue a **pagina 2**

### L'intervista: Roberto Liscia, presidente Netcomm, Consorzio commercio elettronico italiano



**C**ome si sta evolvendo il mondo dell'e-commerce? Come è la situazione in Italia rispetto al contesto estero?

Da oltre 10 anni, il mercato ecommerce italiano cresce in maniera rilevante, con uno sviluppo anno su anno a doppia cifra.

Nel 2016, il volume d'affari ha raggiunto quota 20 miliardi di euro con un incremento del 18% rispetto al

2015. Se diamo uno sguardo ai consumatori, in Italia ci sono circa 18,8 milioni di utenti che dichiarano di aver effettuato almeno un acquisto su Internet negli ultimi tre mesi; di questi, 12,8 milioni sono acquirenti online abituali, avendo fatto shopping online almeno una volta al mese.

Se a questi aggiungiamo 24,2 milioni di web shopper che hanno effettuato una spesa online almeno una volta nella loro vita, possiamo affermare che in Italia il commercio elettronico, e quindi l'abitudine di accedere alla Rete, è più diffusa di quanto si possa pensare: oggi 1 italiano su tre fa shopping online.

Guardando al contesto estero, invece, non possiamo dichiarare che il mercato italiano abbia raggiunto la piena maturità: la percentuale di penetrazione dell'e-commerce è infatti del 5% sul totale della distribuzione, rispetto a Paesi più evoluti, quali la Cina e gli Stati Uniti che registrano rispettivamente l'11% e il 15% di penetrazione.

A livello europeo, il mercato è trainato da UK, Germania e Francia.

### una buona notizia...

**Latte e derivati. Obbligo di origine in etichetta**

Più trasparenza e maggiore tutela per il made in Italy. Dal 19 aprile prossimo scatterà in Italia l'obbligo di indicare su tutte le confezioni di latte e suoi derivati l'origine delle materie prime in maniera "chiara, visibile e facilmente leggibile". Lo comunica il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, ricordando che tale misura si applicherà al latte vaccino, oviceprino, bufalino e di altra origine animale.

### ...e una cattiva

**Contraffazione. Danno enorme per l'occupazione**

83 miliardi di euro: questa la cifra che ogni anno l'Ue perde a causa di contraffazione e pirateria. I posti di lavoro persi sono 790 mila il che porta a una stima del 7,4% delle vendite che, in nove settori particolarmente colpiti, viene perso per colpa delle merci contraffatte sul mercato. È quanto emerge da studi condotti dall'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO).



**editoriale** di Gavino Sanna\*

### Consumerismo burocratizzato

Negli anni '90, il consumerismo volle così tanto una normativa di riconoscimento che si fece piacere la legge 281/98, ponendo le basi per l'odierna crisi del settore. Si accettarono regole che hanno creato un ibrido tra cooperative di servizi e un "sindacatino" dei consumatori. Costruita la casa su fondamenta instabili le associazioni si adeguarono cercando di usare la parte più appetibile: i finanziamenti. Per avere la carota dovettero però subire alcune pesanti bastonate:

**1) Pesanti e invasivi controlli da parte di Minindustria-MAP-MISE**, organismo votato a fare gli interessi delle varie lobby e non certo a proteggere la domanda. Controlli ai limiti della costituzionalità arrivati fino a minacce di verifica dei soci con telefonate. Procedura da stato di polizia che non ha riscosso in altri settori e che però non ha suscitato particolare scandalo nelle associazioni. a riprova della scarsa autostima e della sudditanza verso la burocrazia.

**2) Regole di rendiconto progetti**, fatte apposta per ostacolare le professionalità interne e obbligare a esternalizzare attività. Il tutto con la scusa di evitare abusi che in realtà si possono verificare ugualmente, secondo il consolidato schema per cui si rompono le scatole agli onesti per cercare di contrastare i disonesti.

\*direttivo nazionale MC

## DOSSIER

# Ecommerce: consigli per evitare brutte sorprese



segue dalla **prima**

Il commercio online o ecommerce si è affermato nella prassi quotidiana di pari passo con l'evoluzione tecnologica e con l'uso sempre più diffuso di Internet. Per questo, la direttiva 2011/83/UE, attuata dal d.lgs. 21/2014 in vigore dal giugno del 2014, ha rafforzato la tutela del consumatore già prevista dal Codice del consumo, prevedendo obblighi di informazione e trasparenza in materia di: caratteristiche dei beni e servizi, identità del venditore, prezzo, modalità di pagamento, consegna, reclami, durata del contratto e garanzia legale, estendendo il periodo di recesso a quattordici giorni dalla consegna del bene o dalla conclusione del contratto (in caso di acquisto di servizi).

## Consigli per gli acquisti

Purtroppo però non mancano segnalazioni di frequenti inadempimenti da parte dei venditori e talvolta vere e proprie truffe, agevolate dalla conclusione "a distanza" dei contratti e dall'utilizzo della moneta elettronica. Ecco quindi degli utili consigli per comprare online in sicurezza:

- **Verificare l'identità del professionista:** controllare che siano pubblicate in maniera chiara le informazioni obbligatorie sull'identità del professionista, recapiti, caratteristiche essenziali e specifiche del bene e del servizio, il prezzo (comprensivo di imposte, costi aggiuntivi per la consegna e ulteriori voci di spesa), modalità di pagamento, della consegna e relativi termini, la sussistenza o l'esclusione del diritto di recesso (o "ripensamento"), la durata del contratto e le modalità di disdetta (in caso di contratti a tempo indeterminato o con rinnovo automatico), informazioni sulla garanzia legale.

- **Leggere le condizioni generali di vendita:** prima di effettuare l'acquisto è opportuno leggere e scaricare le condizioni generali che si applicano. In caso di problematiche successive all'acquisto (ad esempio, mancato rispetto dei termini di consegna, consegna di beni difettosi, ostacoli all'esercizio del diritto di recesso), clausole in contrasto con quanto previsto dal Codice del Consumo sono vessatorie in quanto tali inefficaci.

- **Come presentare un reclamo:** il reclamo può essere inviato in qualsiasi modo, via email, fax o lettera raccomandata, presso i recapiti pubblicati sul sito. Se possibile, per avere la prova della spedizione nei termini, specialmente in caso di denuncia di difetto di conformità, inviare una lettera raccomandata o una pec, comunicazione elettronica gratuita che garantisce la prova della ricezione. Gli indirizzi pec di imprese e professionisti italiani sono reperibili sul sito [www.inipec.gov.it/cerca-pec](http://www.inipec.gov.it/cerca-pec) (a cura del Ministero dello Sviluppo economico).

- **Prudenza in caso di sconti "mirabolanti":** in caso di offerte particolarmente

vantaggiose sono frequenti truffe o contraffazioni, soprattutto da parte di siti Internet esteri, nei confronti dei quali, in caso di inadempimento, è complicato far valere i propri diritti.

- **Cosa fare in caso di truffa o mancata consegna e fallimento dell'impresa:** Verificare se si può attivare la procedura cd. "chargeback" e ottenere lo storno di quanto addebitato sulla carta di credito da parte della società emittente della carta di credito (così anche nei casi di doppi addebiti o addebiti di importo superiore a quello autorizzato). Controlla sempre gli estratti conto della carta di credito.

- **Come fare un pagamento sicuro:** le connessioni sicure sono riconosciute dall'abbreviazione <https://> oppure dal lucchetto presente in basso a destra nella cornice dello schermo. L'utilizzo di carte di credito prepagate riduce il danno in caso di utilizzo fraudolento nel limite del credito disponibile. Verificare se possibile pagare con contrassegno (alla consegna allo spedizioniere) o bonifico bancario.

## Strumenti di tutela

- **Autorità garante della concorrenza e del mercato:** nota anche come "Antitrust" è un'Autorità pubblica indipendente, che ha fra i propri compiti, quello di assicurare il rispetto delle regole poste a tutela dei consumatori (art. 37 bis Codice del Consumo). Si tratta di una tutela collettiva, in quanto l'Agcm non ha il potere di risolvere casi individuali, e quindi di dare soddisfazione al singolo consumatore nella sua controversia. Tuttavia, prende spunto dai casi segnalati per avviare istruttorie, analizzare le condotte delle parti nei rapporti commerciali, anche con poteri ispettivi, e, quando è il caso, applicare sanzioni e vietare determinati comportamenti. In particolare, l'AGCM si occupa di comportamenti anticoncorrenziali e di pratiche commerciali scorrette (contro la violazione di norme poste a tutela dei consumatori nel rapporto contrattuale con professionisti). L'Autorità si attiva sia d'ufficio, sia su sollecitazione di associazioni di consumatori, imprese o singoli cittadini. Le segnalazioni possono essere inoltrate attraverso lo "Sportello Antitrust": online su [www.agcm.it](http://www.agcm.it); telefonicamente, al numero verde gratuito 800166661.

- **Azione inibitoria contro le clausole vessatorie:** le associazioni dei consumatori rappresentative a livello nazionale ai sensi del Codice del Consumo (art. 137) sono legittimate ad esercitare l'azione giudiziaria (detta "inibitoria") per convenire in giudizio il professionista o l'associazione di professionisti che utilizzano, o che raccomandano l'utilizzo di condizioni generali di contratto e richiedere al giudice competente di inibire con sentenza l'uso delle condizioni di cui sia accertata l'abusività. Questa azione inibitoria può essere esercitata anche dalle associazioni rappresentative dei professionisti e dalle Camere di commercio. Non può essere esercitata dai singoli consumatori.

- **Azione inibitoria contro atti o comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti:** le associazioni di consumatori sono legittimate ad agire in giudizio a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti richiedendo al tribunale: a) di inibire gli atti e i comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti; b) di adottare le misure idonee a correggere o eliminare gli effetti dannosi delle violazioni accertate; c) di ordinare la pubblicazione del provvedimento su uno o più quotidiani a diffusione nazionale oppure locale nei casi in cui la pubblicità del provvedimento può contribuire a correggere o eliminare gli effetti delle violazioni accertate. Nessun altro soggetto, oltre alle associazioni dei consumatori, è legittimato ad esercitare questa azione.

- **Chargeback:** consiste nella restituzione di una somma pagata tramite strumenti elettronici previo disconoscimento dell'operazione da parte del titolare. In Italia è disciplinato dall'art 9 del D.Lgs. n. 11/2010, che attua la direttiva 2007/64/CE sui sistemi di pagamento. Direttiva e decreto si occupano esclusivamente dei rapporti fra chi paga (consumatore) e il prestatore dei servizi di pagamento (psp), cioè banche, gestori di circuiti di carte di pagamento elettronico, ecc. Scopo della norma è tutelare il pagatore nei casi di clonazione della carta o di furto dell'identità digitale: il consumatore può disconoscere una determinata operazione e ottenere il riaccredito della somma direttamente dall'ente gestore del servizio di pagamento (psp).

Starà a quest'ultimo, dopo avere effettuato le verifiche del caso, cercare di riottenere le somme dai terzi coinvolti. Solo in sei Paesi Ue, ma non in Italia, il chargeback è regolamentato per legge anche nei rapporti tra venditore e consumatore, per gli aspetti che riguardano l'inadempimento totale o parziale da parte del venditore. Si pensi, ad esempio, alla mancata consegna della merce acquistata o a merce difettosa o non conforme a quella ordinata.

## DOSSIER

# Dubbi o problemi su acquisti online? Ti aiuta Johnny



L'iniziativa, promossa da Cittadinanzattiva, Federazione Confconsumatori - ACP e Movimento Consumatori, realizzata grazie al finanziamento del Ministero dello Sviluppo economico, attraverso il personaggio di Johnny, consumatore moderno, offre informazione, formazione, consulenza e assistenza ai cittadini su e-commerce, ma anche su altri temi: servizi pubblici locali, diritti dei passeggeri e piattaforme di economia collaborativa (sharing economy).

Johnny incarna il consumatore medio dei nostri giorni che quotidianamente utilizza servizi, tradizionali o meno, tentando di districarsi tra difficoltà, inefficienze e burocrazia.

Ma questo moderno "signor Rossi" è al tempo stesso co-produttore di alcuni dei servizi che usa o che decide di condividere con altri. Acquista e vende online, utilizza le app correntemente, ma ignora le basi per la tutela dei suoi diritti.

Johnny siamo noi: consumatori del terzo millennio, mediamente informati, che definiamo in prima persona nuove forme e nuovi modi di fruizione dei servizi, ma che siamo ancora molto vulnerabili, perché poco consapevoli delle tutele cui abbiamo diritto.

## Un numero verde e sportelli itineranti

Per rendere adeguata la conoscenza dei diritti dei cittadini sui temi trattati, il progetto mette in campo diversi strumenti e attività di informazione e di assistenza.

Per consulenze e informazioni è attivo il numero verde 800 744053 e sui siti delle associazioni si accede una

landing page in cui è disponibile un form con cui inviare la propria richiesta di assistenza e dove è possibile scaricare guide informative, infografiche e consultare approfondimenti e link utili sulle tematiche oggetto dell'iniziativa.

13 sportelli itineranti offrono "on the road" ai consumatori consulenza, materiali informativi e simpatici gadget sui temi del progetto. Il calendario degli sportelli è disponibile sulla landing page.

## L'app joinjohnny

Grazie al finanziamento ministeriale è stato possibile lo sviluppo anche di uno strumento innovativo e completamente originale nelle sue funzionalità: l'app [joinjohnny](#) rende possibile per i consumatori inoltrare segnalazioni e reclami sui trasporti (in ambito urbano, regionale e nazionale) e ricevere informazioni sui propri diritti e su cosa fare per farli rispettare.

Al lancio dell'app si è affiancato l'avvio di un applicativo web, [www.joinjohnny.it](#) che, oltre a prevedere l'invio dei reclami e la ricezione di informazioni di approfondimento, consente agli utenti registrati di creare una vera e propria community, scambiandosi commenti e opinioni sui propri disagi quotidiani e esprimendo una valutazione sulle linee e/o i mezzi usati quotidianamente.

## Altre attività del progetto

Ci sono anche altre iniziative promosse e realizzate nell'ambito del progetto:

- la promozione di 12 giornate di formazione e di

informazione rivolte alla cittadinanza nelle piazze di 12 città italiane.

- Attività per target specifici:

- per i ragazzi di scuola media superiore/inferiore attraverso laboratori e strumenti ad hoc per favorire lo sviluppo di una consapevolezza consumerista fin dalla giovane età;

- per gli studenti universitari e neolaureati attraverso un'informazione dettagliata sui diritti dei viaggiatori, così come sui nuovi modelli di consumo e sulla nuova economia di condivisione;

- per gli anziani, grazie ad audio lezioni che potranno essere utilizzate nei centri di aggregazione sui temi dei servizi pubblici locali e sui nuovi modelli di consumo.

Sono previste anche attività di studio e di ricerca su trasporti, servizi pubblici locali, sharing economy e e-commerce, al fine di produrre nuovi strumenti di approfondimento e tutela da mettere a disposizione dei consumatori che, a fronte di nuovi servizi necessitano anche di nuove tutele.

Per ulteriori informazioni si può andare all'indirizzo [www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny](#).

## DOSSIER

# Trasporto di passeggeri e food delivery: le prime indagini di Johnny sul commercio online

## Prezzo, assistenza, reclami

**PREZZO "FINITO"**  
Sono state verificate variazioni del prezzo nella procedura d'acquisto, attraverso l'applicazione di costi occulti o riferibili a servizi accessori.

**CONTATTI**  
presenza di contatti e di recapiti che forniscono assistenza al consumatore

**RECLAMI**  
presenza di contatti specifici per fare reclamo

**FOODORA** - [www.foodora.it](http://www.foodora.it)  
spedizioni a Milano, Torino, Firenze, Roma



**DELIVEROO** - <https://deliveroo.it/>  
spedizioni a Milano, Firenze, Roma, Piacenza



**GLOVO** - <https://glovoapp.com/web/categories/restaurant> - spedizioni a Milano



### Legenda tabella Prezzo e reclami

Verde: ottima trasparenza/presenza delle informazioni al consumatore  
Giallo: sufficiente trasparenza/parziale mancanza delle informazioni al consumatore  
Rosso: poca trasparenza/mancanza delle informazioni al consumatore

contratto di clausole che presentano profili di potenziale vessatorietà ai sensi dell'art. 33 e ss. del Codice del Consumo e sono stati valutati aspetti attinenti alla trasparenza, relativamente alla pubblicazione del prezzo, ai recapiti da contattare in caso di problematiche, di segnalazioni o di richieste di informazioni, e la possibilità di pubblicare recensioni o feedback. I profili di vessatorietà contenuti nelle clausole sono stati raggruppati in tre tipologie:

1) Limitazioni di responsabilità della piattaforma in caso di inadempimenti o danni subiti dal consumatore:

sono ravvisabili clausole finalizzate a limitare la responsabilità del gestore della piattaforma (art.33 lett. a, b) in caso di ritardi nella consegna (1 Foodora); pubblicazione di informazioni non veritiere (1 Foodora); danni a persone o cose (1 Foodora); indisponibilità prodotto (1 Glovo); inadempimenti addebitabili al fattorino (1 Glovo).

2) Variazioni di prezzo o del servizio: clausole che permettono variazione delle clausole stesse o delle caratteristiche del servizio senza giustificato motivo (art. 33 lett. m) oppure che il prezzo del servizio sia determinato al momento della prestazione (art. 33 lett. n) (cd. "IUS VARIANDI").

In questo caso, una clausola sulla facoltà di modificare unilateralmente il prezzo è presente in Glovo. Nulla da segnalare per Deliveroo e per Foodora.

3) Limitazioni della facoltà del consumatore di far valere in giudizio i propri diritti (ad esempio, deroghe al Foro del consumatore e decadenze): clausole finalizzate a limitare

la possibilità di agire in giudizio, in quanto sanciscono decadenze, limitazioni alla facoltà di opporre eccezioni o deroghe all'Autorità giudiziaria (art. 33 lett. t) o al Foro del consumatore. Per quanto riguarda Glovo sono state riscontrate nel contratto una clausola sulla decadenza dell'esercizio del diritto di recesso e una clausola sulla deroga alla legislazione italiana e al Foro del consumatore. Nelle condizioni generali di contratto di Foodora esiste una decadenza a carico del consumatore che è tenuto a segnalare immediatamente al personale che effettua la consegna "segni di manomissione o alterazione", diversamente "l'ordine si intende accettato". Nessun profilo di vessatorietà di questo tipo nelle condizioni di Deliveroo.

Gli aspetti maggiormente critici e comuni non solo alle piattaforme esaminate, ma anche ad altre che operano in altri settori dell'e-commerce (in particolare nel trasporto) e come in questo caso mettono in contatto operatori che effettuano il servizio (prosumer) con i consumatori che lo richiedono, sono quindi limitazioni di responsabilità della piattaforma che "scarica" le conseguenze in caso di danni e di inadempimenti a carico del soggetto che presta il servizio. Per quanto riguarda la trasparenza, è stato in particolare valutato se si verificano variazioni del prezzo nella procedura d'acquisto, attraverso l'applicazione di costi occulti o riferibili a servizi accessori (Codice del consumo, art. 47 comma 1 lettera m, che richiama l'art. 51 comma 2, artt. 62 e 65) e come sono pubblicati i recapiti ai quali il consumatore possa chiedere informazioni o inviare reclami. In merito al prezzo "finito", semaforo verde per tutte. Dall'analisi è emersa invece l'assenza di email o form specificamente destinati al "post vendita", quindi a segnalazioni di disservizi o reclami, ovvero strumenti che metterebbero in condizione il consumatore "insoddisfatto" di ottenere rimborsi o risarcimenti per fatti imputabili al soggetto che effettua le consegne. Nessuna criticità è stata riscontrata invece sulla visibilità dei contatti per la richiesta di informazioni. Per quanto concerne la possibilità di pubblicare recensioni, le tre aziende analizzate non permettono di rilasciare sui loro siti feedback sul servizio.

Il progetto Johnny prevede anche la realizzazione di indagini su diritti dei passeggeri, sharing economy e e-commerce, per informare in maniera più esaustiva possibile i cittadini sull'affidabilità dei servizi messi a disposizione dei consumatori.

Sull'e-commerce sono previste sette indagini, volte ad analizzare ognuna un settore diverso e i cui risultati saranno pubblicati a partire da questo numero su Consumers' magazine. Ecco quello che è emerso dalle prime tre, che hanno sondato la trasparenza dei servizi di acquisti online, forniti da società che operano nel trasporto passeggeri marittimo, su autobus e nel cosiddetto food delivery (servizio di spedizioni di pietanze).

### Indagine sul food delivery

Ha interessato il servizio web di consegna di pranzi e cene a domicilio, prestato da piattaforme che mettono in contatto il consumatore con ristoranti o con pizzerie. Le piattaforme esaminate svolgono allo stesso tempo il ruolo di "camerieri virtuali" (registrano ordini su un menu) e di corriere (effettuano una consegna express dei piatti ordinati, a casa del consumatore). Insomma un servizio "antico" che sta trovando uno sviluppo enorme grazie all'utilizzo del web. Nella selezione dei siti ci si è concentrati sui luoghi in cui sta avendo maggiore sviluppo questo nuovo business, e in particolar modo sulla città di Milano, dove il servizio è più presente e in crescita. Non sono state analizzate piattaforme di società che effettuano la consegna di alimenti dalle stesse prodotti e confezionati. L'analisi dei dati (rilevati, sui siti web di Foodora, Deliveroo e Glovo nel mese di dicembre 2016) ha riguardato l'esistenza nelle condizioni generali di

## Condizioni generali di contratto

**LIMITAZIONE RESPONSABILITÀ**  
Sono ravvisabili clausole finalizzate a limitare la responsabilità del gestore della piattaforma.

**VARIAZIONI DI PREZZO O DEL SERVIZIO**  
Sono ravvisabili clausole che permettono variazione delle clausole o le caratteristiche del servizio senza giustificato motivo.

**DEROGHE AL FORO DEL CONSUMATORE E DECADENZE**  
Sono ravvisabili clausole finalizzate a limitare la possibilità del consumatore di agire in giudizio.

**FOODORA** - [www.foodora.it](http://www.foodora.it)  
spedizioni a Milano, Torino, Firenze, Roma



**DELIVEROO** - <https://deliveroo.it/>  
spedizioni a Milano, Firenze, Roma, Piacenza



**GLOVO** - <https://glovoapp.com/web/categories/restaurant> - spedizioni a Milano



### Legenda tabella Condizioni generali di contratto

Verde: nessun profilo di vessatorietà o illiceità (da intendersi come violazione dell'art. 33 o scarsa trasparenza ai sensi degli artt. 34 e 35 Cod. Cons. o nullità per violazione di normativa inderogabile)  
Giallo: è ravvisabile 1 solo profilo di vessatorietà o illiceità  
Rosso: sono ravvisabili 2 o più profili di vessatorietà o illiceità della stessa tipologia, che possono essere contenuti in una o più clausole

## DOSSIER

## Indagine sul trasporto pubblico di passeggeri su autobus

L'indagine è stata realizzata con lo scopo di analizzare la trasparenza del servizio di acquisto online sui siti web di società che si occupano di trasporto di passeggeri su autobus. La selezione delle imprese è stata effettuata in base a questi criteri: essere soci ANAV (Associazione Nazionale Autotrasporto Viaggiatori), avere sede in Italia, praticare l'e-commerce, effettuare trasporto passeggeri con servizi regolari di linea su tratte sia nazionali che internazionali.

I dati sono stati rilevati, sui siti oggetto della ricerca, nel mese di dicembre 2016.

La verifica delle condizioni generali di trasporto pubblicate sui siti web ha evidenziato che solo tre di esse (Soc. Marino, Liroso Linee, Florentia Bus) hanno utilizzato il medesimo schema contrattuale, avente identica grafica e contenuti simili, ma non identici. Solo in un caso di questi tre le condizioni di trasporto sono chiare, corrette e esaurienti e non contengono alcuna clausola vessatoria (Soc. Marino); negli altri due pare sussistere vessatorietà della clausola che disciplina il risarcimento del danno al bagaglio (in entrambi i casi manca il richiamo alla normativa europea, Regolamento Ue 181/2011, che prevede in caso di sinistro limiti risarcitori ben più elevati di quelli stabiliti dalla normativa nazionale e c'è scarsa trasparenza laddove, accanto all'indicazione di questi ultimi, viene precisato che il bagaglio viaggia sotto la responsabilità del passeggero e a suo esclusivo rischio).

Nel caso di Liroso Linee peraltro, le condizioni generali di trasporto contengono anche la clausola di deroga al Foro del consumatore.

Con riferimento a tutti gli altri siti esaminati, le clausole disciplinanti il risarcimento del danno al bagaglio sono quelle maggiormente colpite da profili di vessatorietà: o perché contengono un'illegittima esclusione o limitazione di responsabilità in capo al vettore o perché prevedono limiti risarcitori inferiori a quelli stabiliti dalla vigente normativa o, ancora, perché impongono termini di decadenza diversi da quelli previsti dalla normativa nazionale o europea. Su dodici società, sette applicano clausole vessatorie in quest'ambito (Florentia Bus, Simet, S.A.P.S., Segesta, Liroso Linee, Caputo Bus, Manieri Lines).

Di queste sette, Simet, S.A.P.S., Segesta, Liroso Linee e Caputo Bus applicano clausole che risultano vessatorie sotto due o più dei profili evidenziati.

Il secondo posto per le clausole vessatorie riscontrate spetta a quelle relative al Foro competente per le controversie che derogano al Foro esclusivo del consumatore (semaforo rosso per S.A.P.S., Segesta, Liroso Linee, Caputo Bus) e quelle disciplinanti il risarcimento del danno conseguente a ritardi e/o cancellazioni, che violano il Regolamento Ue n. 181/2011, il quale prevede precisi obblighi a carico del vettore indipendentemente dal fatto che la causa del ritardo o della cancellazione sia o meno imputabile a quest'ultimo (Simet, S.A.P.S., Segesta, Caputo Bus).

Al terzo posto troviamo le clausole limitative della responsabilità del vettore contrattuale nei casi di trasporto affidato ad un vettore operativo diverso cui il primo ha affidato l'adempimento degli obblighi derivanti dal contratto. Dall'indagine è emerso che S.A.P.S. srl non prevede la responsabilità solidale dei soggetti coinvolti nel trasporto. E' particolarmente deludente, invece, il dato emerso in relazione alla pubblicazione o meno delle informazioni rispetto alla possibilità di presentare reclami all'Autorità di Regolazione dei Trasporti (diretti a segnalare le violazioni degli obblighi di cui al Regolamento Ue 181/2011 da parte dell'impresa di trasporto), in quanto solo quattro (Soc. Marino, Florentia Bus, Liroso Linee e Flixbus Italia) dei dodici siti esaminati ne precisano termini e modalità.

segue a pagina 6

Condizioni generali di contratto	BAGAGLIO	RITARDI CANCELLAZIONI	VETTORE DI FATTO	FORO DEL CONSUMATORE	RECLAMO AUTORITÀ TRASPORTI
	Clausole che escludono o limitano illegittimamente il diritto al risarcimento del danno	Clausole che escludono o limitano illegittimamente il diritto al risarcimento del danno per ritardo o cancellazione	Clausole che escludono o limitano la responsabilità del vettore contrattuale	Clausole illegittime di deroga al principio generale del foro del consumatore	
<b>BALTOUR SRL</b> www.baltour.it	●	●	●	●	NO
<b>EUROLINES ITALIA SRL</b> www.eurolines.it	●	●	●	●	NO
<b>ATLASSIB ITALIA SRL</b> www.atlassib.it	●	●	●	●	NO
<b>SOC. MARINO SRL</b> www.marinobus.it	●	●	●	●	SI
<b>FLIXBUS ITALIA SRL</b> www.flixbus.it	●	●	●	●	SI
<b>FLORENTIA BUS SRL</b> www.florentiabus.it	●	●	●	●	SI
<b>SIMET SPA</b> www.simetspa.it	●	●	●	●	NO
<b>S.A.P. S. SRL</b> www.sapsbusline.it	●	●	●	●	NO
<b>SEGESTA INTERNAZIONALE SRL</b> www.interbus.it	●	●	●	●	NO
<b>LIROSI LINEE SRL</b> www.lirosilinee.com	●	●	●	●	SI
<b>CAPUTO BUS SRL</b> www.caputobus.it	●	●	●	●	NO
<b>MANIERI LINES SRL</b> www.manierilines.it	●	●	●	●	NO

## Legenda tabella Condizioni generali di contratto

Verde: nessun profilo di vessatorietà o illiceità

(da intendersi come violazione dell'art. 33 o scarsa trasparenza ai sensi degli artt. 34 e 35 Cod. Cons. o nullità per violazione di normativa inderogabile)

Giallo: è ravvisabile 1 solo profilo di vessatorietà o illiceità

Rosso: sono ravvisabili 2 o più profili di vessatorietà o illiceità della stessa tipologia, che possono essere contenuti in una o più clausole

## DOSSIER

segue da pagina 5

Sul fronte della trasparenza, da intendersi come pubblicazione del prezzo "finito" nella procedura d'acquisto, senza applicazione di costi occulti o riferibili a servizi accessori (Codice del consumo, art. 47 comma 1 lettera m che richiama l'art. 51 comma 2, artt. 62 e 65) non si segnalano particolari problemi, ma per S.A.P.S. non è stato possibile un effettivo controllo per difficoltà nella fase di prenotazione (la procedura risulta farraginosa e spesso non permette di concludere l'operazione di acquisto on line).

In merito alla pubblicazione della Carta dei servizi (obbligatoria per legge, perché si tratta di servizi di linea) non è presente nei siti di Baltour, Eurolines Italia s.r.l., Atlassib Italia s.r.l., Segesta e Caputo Bus s.r.l. Solo facendo una ricerca ad hoc nei motori di ricerca, si trovano le Carte dei servizi associate a Baltour e Eurolines Italia, ma data l'importanza della pubblicazione della Carta - che, avendo lo scopo di garantire la massima trasparenza nei rapporti con gli utenti, deve essere in evidenza o comunque facilmente accessibile - il nostro giudizio è negativo anche in questi due casi.

Quando non è pubblicata sul sito Internet o sia difficilmente accessibile, infatti, all'utente è pregiudicata la possibilità di conoscere gli standard qualitativi e quantitativi cui è obbligato il gestore del servizio.

Nel settore dei trasporti l'emanazione della Carta di qualità dei servizi o "Carta della mobilità" è obbligatoria in caso di concessione o convenzione con un ente pubblico, a livello locale e nazionale.

Nel caso in cui sul sito Internet la stessa non sia pubblicata, all'utente è pregiudicata la possibilità di conoscere gli standard qualitativi e quantitativi cui è obbligato il gestore del servizio.

La presenza di contatti per richiedere informazioni è soddisfatta da tutti i siti delle società oggetto dell'indagine.

Per quanto concerne la possibilità di effettuare reclami - posto quanto già detto sul difetto di riferimenti specifici al reclamo di seconda istanza all'Autorità di Regolazione dei Trasporti - l'assenza di email specifiche o form per presentare reclami costituisce indice di scarsa trasparenza nei confronti del cliente. Sui siti di Baltour, Eurolines Italia, Soc. Marino e Atlassib è presente una form con cui inviare la propria segnalazione, S.A.P.S. e Manieri Bus hanno una voce di menu dedicata all'invio di reclami con email di riferimento. Semaforo rosso per Caputo Bus che non fornisce contatti specifici; semaforo giallo per le altre che riportano contatti per i reclami solo nelle condizioni generali di contratto o nella Carta dei servizi.

La possibilità di pubblicare recensioni non è contemplata da nessuna delle società oggetto dell'indagine.

## Prezzo, assistenza, reclami

	<b>PREZZO "FINITO"</b> Sono state verificate variazioni del prezzo nella procedura d'acquisto, attraverso l'applicazione di costi occulti o riferibili a servizi accessori	<b>CONTATTI</b> presenza di contatti e di recapiti che forniscono assistenza al consumatore	<b>CARTA DEI SERVIZI</b> presenza della carta dei servizi	<b>RECLAMI</b> presenza di contatti specifici per fare reclamo
<b>BALTOUR SRL</b> - www.baltour.it	●	●	●	●
<b>EUROLINES ITALIA SRL</b> - www.eurolines.it	●	●	●	●
<b>ATLASSIB ITALIA SRL</b> - www.atlassib.it	●	●	●	●
<b>SOC. MARINO SRL</b> - www.marinobus.it	●	●	●	●
<b>FLIXBUS ITALIA SRL</b> - www.flixbus.it	●	●	●	●
<b>FLORENTIA BUS SRL</b> - www.florentiabus.it	●	●	●	●
<b>SIMET SPA</b> - www.simetspa.it	●	●	●	●
<b>S.A.P.S. SRL</b> - www.sapsbusline.it	NP	●	●	●
<b>SEGESTA INTERNAZIONALE SRL</b> - www.interbus.it	●	●	●	●
<b>LIROSI LINEE SRL</b> - www.lirosilinee.com	●	●	●	●
<b>CAPUTO BUS SRL</b> - www.caputobus.it	●	●	●	●
<b>MANIERI LINES SRL</b> - www.manierilines.it	●	●	●	●

### Aspettiamo le vostre segnalazioni

I risultati delle indagini - previste nell'ambito del progetto Johnny - verranno pubblicati su Consumer's magazine a partire da questo numero. I lettori che abbiano avuto esperienze sui temi trattati e le vogliano segnalare o richiedere assistenza possono chiamare il numero verde 800-744053, attivo su e-commerce e sharing economy lunedì, mercoledì e venerdì dalle 14.30 alle 18.30.

Si può anche inviare un'email a [progettojohnny@movimentoconsumatori.it](mailto:progettojohnny@movimentoconsumatori.it).

Per informazioni, consulenza o una prima assistenza, lo stesso numero verde è attivo per:

- diritti dei passeggeri

martedì, giovedì e venerdì dalle 9.00 alle 13.00 - [progettojohnny@confconsumatori.it](mailto:progettojohnny@confconsumatori.it);

- servizi pubblici locali (trasporti urbani, rifiuti e acqua)

martedì, mercoledì e giovedì dalle 9.00 alle 13.00 - [progettojohnny@cittadinanzattiva.it](mailto:progettojohnny@cittadinanzattiva.it).

#### Legenda tabella Prezzo e reclami

Verde: ottima trasparenza/presenza delle informazioni al consumatore

Giallo: sufficiente trasparenza/parziale mancanza delle informazioni al consumatore

Rosso: Poca trasparenza/mancanza delle informazioni al consumatore

## DOSSIER

## Indagine su trasporto passeggeri marittimo

Anche questa indagine è stata realizzata con lo scopo di analizzare la trasparenza del servizio di acquisto online sui siti web di società che si occupano di trasporto di passeggeri marittimo. La selezione dei soggetti è stata effettuata in base a questi criteri: società che hanno sede in Italia, praticano l'e-commerce e effettuano trasporto passeggeri con servizi regolari su tratte non solo nazionali, ma anche internazionali, e risultano con maggior frequenza sulle principali rotte internazionali - Mar Mediterraneo con partenza dall'Italia o arrivo in Italia - nei tre principali siti di ricerca ([www.ferries.it](http://www.ferries.it) - [www.traghettilines.it](http://www.traghettilines.it) - [www.directferries.it](http://www.directferries.it)). I dati sono stati rilevati nel mese di dicembre 2016. L'indagine ha evidenziato che le condizioni generali di contratto presenti nei siti risultano tendenzialmente trasparenti, corrette e esaurienti, con alcune specifiche eccezioni. La più evidente è stata riscontrare la presenza di una clausola di deroga al Foro del consumatore, che prevede per legge che il consumatore abbia sempre diritto di rivolgersi al tribunale di sua residenza anziché, come nel caso riscontrato nelle condizioni generali di contratto della compagnia Adria Ferries, doversi rivolgere a quello scelto dall'azienda. È stata, poi, rilevata l'esistenza di clausole vessatorie sotto il profilo della scarsa trasparenza ai sensi degli artt. 34 e 35 del Codice del consumo. Ci si riferisce alle due clausole che disciplinano il risarcimento del danno relativo al bagaglio contenute nelle condizioni generali di trasporto adottate da Moby e Snav (quanto a Moby, se da un lato la clausola "Regolamento per il trasporto" fa espresso rinvio alla normativa in vigore, dall'altro contiene un'esclusione di responsabilità per il bagaglio a mano; quanto a Snav, la clausola relativa ai "bagagli" prevede un'esclusione di responsabilità per il bagaglio a mano, per poi precisare che la società risponde della perdita e delle avarie al bagaglio nei limiti previsti dall'art. 412).

## Prezzo, assistenza, reclami

## PREZZO "FINITO"

Sono state verificate variazioni del prezzo nella procedura d'acquisto, attraverso l'applicazione di costi occulti o riferibili a servizi accessori

## CONTATTI

presenza di contatti e di recapiti che forniscano assistenza al consumatore

## CARTE DEI SERVIZI

presenza della carta dei servizi

## RECLAMI

presenza di contatti specifici per fare reclamo

GRANDI NAVI VELOCI - [www.gnv.it](http://www.gnv.it)GRIMALDI GROUP SPA - [www.grimaldi-lines.com](http://www.grimaldi-lines.com)SNAV SPA - [www.snav.it](http://www.snav.it)MOBY SPA - [www.moby.it](http://www.moby.it)ADRIA FERRIES AFH SPA - [www.adriaferries.com](http://www.adriaferries.com)

## Legenda tabella Prezzo e reclami

Verde: ottima trasparenza/presenza delle informazioni al consumatore

Giallo: sufficiente trasparenza/parziale mancanza delle informazioni al consumatore

Rosso: poca trasparenza/mancanza delle informazioni al consumatore

costi occulti o riferibili a servizi accessori non richiesti (Codice del consumo, art. 47 comma 1 lettera m che richiama l'art. 51 comma 2, artt. 62 e 65), sia come pubblicazione e adozione di strumenti di contatto per agevolare la ricezione e gestione di reclami da parte dei consumatori, il semaforo è verde per tutte le compagnie analizzate, perché è stata riscontrata la giusta trasparenza

di tutte le informazioni, nonostante - è doveroso segnalarlo - tre dei siti esaminati (Snav, Moby e Grimaldi Group) non contengano alcun riferimento a termini e modalità di presentazione dei reclami all'Autorità di Regolazione dei Trasporti (diretti a segnalare le violazioni degli obblighi di cui al Regolamento Ue n. 1177/2010 da parte dell'impresa di trasporto). Dei cinque siti analizzati, inoltre, solo uno (Snav) pubblica (nella sezione "Informazioni utili") la Carta dei servizi. Per quanto riguarda le altre quattro società, nulla risulta pubblicato sui rispettivi siti. Solo facendo una ricerca ad hoc nei motori di ricerca, si trovano le Carte dei servizi associate alle compagnie Moby e Grandi Navi Veloci. Ma data l'importanza della pubblicazione della Carta - che, avendo lo scopo di garantire la massima trasparenza nei rapporti con gli utenti, deve essere in evidenza o comunque facilmente accessibile - il nostro giudizio è negativo anche in questi due casi.

Quando non è pubblicata sul sito Internet o sia difficilmente accessibile, infatti, all'utente è pregiudicata la possibilità di conoscere gli standard qualitativi e quantitativi cui è obbligato il gestore del servizio. Per quanto concerne la possibilità di pubblicare recensioni, le compagnie oggetto dell'indagine non permettono di rilasciare sui loro siti feedback sul servizio.

## Condizioni generali di contratto

## BAGAGLIO

Clausole che escludono o limitano illegittimamente il diritto al risarcimento del danno

## RITARDI CANCELLAZIONI

Clausole che escludono o limitano illegittimamente il diritto al risarcimento del danno per ritardo o cancellazione

## VETTORE DI FATTO

Clausole che escludono o limitano la responsabilità del vettore contrattuale

## FORO DEL CONSUMATORE

Clausole illegittime di deroga al principio generale del foro del consumatore

## RECLAMO AUTORITÀ TRASPORTI

GRANDI NAVI VELOCI

[www.gnv.it](http://www.gnv.it)

SI

GRIMALDI GROUP SPA

[www.grimaldi-lines.com](http://www.grimaldi-lines.com)

NO

SNAV SPA

[www.snav.it](http://www.snav.it)

NO

MOBY SPA

[www.moby.it](http://www.moby.it)

NO

ADRIA FERRIES AFH SPA

[www.adriaferries.com](http://www.adriaferries.com)

SI

## Legenda tabella Condizioni generali di contratto

Verde: nessun profilo di vessatorietà o illiceità

(da intendersi come violazione dell'art. 33 o scarsa trasparenza ai sensi degli artt. 34 e 35 Cod. Cons. o nullità per violazione di normativa inderogabile)

Giallo: è ravvisabile 1 solo profilo di vessatorietà o illiceità

Rosso: sono ravvisabili 2 o più profili di vessatorietà o illiceità della stessa tipologia, che possono essere contenuti in una o più clausole

## INTERVISTA A ROBERTO LISCIA, PRESIDENTE NETCOMM

segue dalla **prima**



Un gap che nei prossimi anni dovremo provare a colmare, forti dei molti segnali positivi che arrivano e che ci fanno sperare in un ulteriore sviluppo dello shopping online anche in Italia, in particolare per le aziende che desiderano sfruttare al meglio le molte potenzialità offerte dal commercio elettronico.

### Attualmente cosa acquistano di più gli italiani online?

Il turismo è senza dubbio il settore che tra i primi è stato influenzato dall'e-commerce e che da anni è la prima categoria merceologica del mercato e-commerce italiano.

Nel 2016 ha contribuito a generare il 44% del valore delle vendite online. Il secondo per importanza è l'informatica e l'elettronica che vale il 15%, seguito

dall'abbigliamento (10%) in forte crescita e nel quale negli ultimi anni si sono affacciate diverse realtà innovative, spingendo molti brand del fashion a sviluppare politiche di presidio diretto di questo canale. Seguono altri settori come il food & grocery, l'arredamento e la cosmetica che, pur emergenti, stanno sviluppando interessanti potenzialità.

### Per fare acquisti sicuri a cosa devono far attenzione i consumatori quando si accingono a comprare in rete?

In generale è bene verificare la serietà del sito, affidarsi quindi a negozi online che si conoscono già o altrimenti noti come brand offline. Un'altra caratteristica da considerare è la presenza del Sigillo Netcomm, che identifica i negozi online che si impegnano a offrire al consumatore un'esperienza di shopping online sicura

e affidabile. Le recensioni infine possono aiutare a valutare la qualità del servizio offerto dal sito: in questo senso i siti che espongono il Sigillo Netcomm nella versione Gold pubblicano le recensioni e le opinioni dei solo consumatori che hanno già sperimentato un acquisto online nello specifico sito, offrendo a chi le legge un contributo puntuale e veritiero.

Attenzione anche a quanti offrono sconti troppo elevate: acquistare online non significa solo ottenere prezzi migliori, ma avere accesso a prodotti e servizi che non sempre sono facilmente raggiungibili, o disponibili nei tempi da noi desiderati; online è poi possibile acquistare articoli che possono essere personalizzati e creati solo per noi.

### Per garantire uno sviluppo adeguato dell'e-commerce quali sono le criticità che dovrebbero trovare interesse da parte delle istituzioni e delle autorità di settore, nazionali e comunitarie?

La prima riguarda il processo di uniformità delle leggi che regolano l'e-commerce a livello cross country.

È il lavoro che sta facendo Netcomm con l'Unione europea cercando di portare tutti i player, non solo quelli italiani, ma anche coloro che operano nel contesto europeo, ad agire all'interno di un quadro normativo fiscale e giuridico che permetta a tutti di essere competitivi nel proprio settore di attività.

Il secondo aspetto è legato alla diffusione della cultura digitale operando su due livelli: da una parte nei confronti del consumatore che è prima di tutto un cittadino e dunque diventa necessario sviluppare nelle scuole e negli atenei un modello di esperienza digitale, in cui gli studenti possano avere accesso alla tecnologia e comprendere le sue potenzialità di utilizzo, fornendo utili strumenti a chi già oggi è protagonista di una continua trasformazione digitale della società. Dall'altra è fondamentale aiutare gli imprenditori ad acquisire consapevolezza delle tecnologie digitali e delle opportunità che l'online offre per sviluppare business solidi e duraturi.

Netcomm è impegnata a promuovere la cultura del digitale attraverso l'organizzazione di eventi, corsi universitari e programmi di formazione per le aziende, aiutandole a comprendere come soddisfare le necessità dei propri clienti, dipendenti e stakeholder.

## editoriale di Gavino Sanna, direttivo nazionale MC

# Consumerismo burocratizzato

segue dalla **prima**

**3) Accentramento della rappresentanza nel Consiglio Nazionale Consumatori Utenti**, dove in spregio a ogni logica di rappresentanza politica le associazioni hanno un voto a testa. I componenti si riuniscono periodicamente per discutere di mille problemi nei vari settori, dovendo inventarsi tuttologi e finendo sempre sconfitti nel confronto con specialisti di settore al servizio di aziende pubbliche e private.

**4) Blocco della vita democratica interna** con vertici sempre più staccati dalla base, perché impegnati nelle tante incombenze, accentrate per pressioni esterne (politiche, amministrative, dei media e delle controparti).

**5) Sistema di finanziamento a pioggia, tramite bandi fintamente selettivi.** In tal modo si è favorito il frazionamento, argomento poi usato strumentalmente contro le associazioni, accusate di essere troppe e disorganizzate.

Ricapitolando:

- si chiudono le associazioni nel recinto di tutela legale e fabbrica progetti;
- le si sfiancano di adempimenti sotto minaccia di esclusione da elenco nazionale;

in realtà tutte vengono promosse, ma quasi sempre con formule che sottolineano qualche mancanza. L'agognata promozione finisce per fare accettare supinamente la via crucis dei controlli e la giostra va avanti;

- si mettono le associazioni in competizione sui progetti con bandi in teoria selettivi. Alla fine nessuno è escluso, ma dopo estenuanti procedure che vengono anche in questo caso accettate proprio in virtù del fatto che tutti sono vincitori. Ma i finanziamenti sono sempre più a singhiozzo e, fatte le necessarie esternalizzazioni, rimane l'osso;
- si fanno entrare sempre più concorrenti nel recinto;
- il gioco è fatto! Non rimane che accusare le associazioni di essere troppe e disorganizzate.

Insomma quello che ci aspetteremo e che chiederemo al Governo che uscirà dalle urne e sui cui iniziamo a lavorare da oggi è che si metta mano alla legge nazionale, ai regolamenti di iscrizione e alle modalità di rendicontazione dei progetti di interesse nazionale assumendo come "faro" che la tutela dei consumatori non è "affare" delle associazioni dei consumatori, ma è interesse collettivo e che proprio per questo deve essere agevolata e incentivata e non burocratizzata.

# Consumers' approfondimenti

## PARLIAMONE



### Internet: vigilanza e intervento contro notizie false o allarmistiche

di Gustavo Ghidini\*

Recentemente, sulle pagine del *Corriere della Sera*, il presidente dell'Antitrust Pitruzzella, ha manifestato preoccupazioni condivise da tutti coloro che temono il rischio di veder trasformato Internet da strumento di servizio dell'informazione e della cultura in un immondezzaio di leggende metropolitane, notizie allarmistiche, incitamenti fanatici. La diffusione di questi materiali è spesso alimentata da chi controlla "i cancelli" di Internet, attraverso l'uso di algoritmi di classificazione e presentazione delle notizie che privilegiano il numero dei "mi piace": meccanismi che premiano, proprio, la credulità. Il rischio evocato da Pitruzzella trascende pur gravi episodi di disinformazione e attiene, in ultima analisi, alla difesa stessa della democrazia: che, come ricorda de Tocqueville, "è il potere di un popolo informato". Ed è pure persuasiva la proposta del presidente dell'Agcm: l'affidamento ad organismi terzi e indipendenti di compiti di vigilanza e intervento sulla degenerazione in atto (fatta ovviamente salva l'autodisciplina che i web-oligarchi sapranno darsi). Vigilanza e intervento da attuarsi attraverso sistemi di "notifica e rimozione" attivati su richiesta di parte, con i quali si conceda al diffusore della notizia sospetta un

brevissimo termine per contraddire, e così poi rapidamente eliminare "contenuti palesemente falsi o illegali o lesivi della dignità umana". Si tratta di un tipo di meccanismo di modello europeo, adottato e collaudato anche dall'Autorità delle Comunicazioni per la rimozione di contenuti sospettati di violare diritti d'autore. Il «sospettato» potrà difendersi, entro un termine brevissimo dalla notificazione dell'addebito, dimostrando, ad esempio, che il copyright su quella certa opera è in realtà scaduto. Naturalmente, rispetto all'insieme dei rischi di inquinamento informativo, occorrerà distinguere la notizia ritenuta falsa da una vera e propria espressione di reato: in tal caso l'ente di vigilanza ne dovrà investire la magistratura, sospendendo cautelativamente il messaggio. E quanto, poi, ai (sospettati) falsi tout court, ci si dovrà concentrare su quelli dotati di pericolosità sociale. E aggiungerei che l'ente di vigilanza dovrebbe comunque garantire, proprio attraverso la rete, trasparenza informativa dell'iter e dell'esito del suo intervento. La proposta del presidente Pitruzzella ben si coniuga con un doveroso garantismo a null'altro ispirato se non ad una concezione dialettica, propria di una società aperta, della ricerca del più attendibilmente vero.

\*presidente Movimento Consumatori

## \* Rimborsi Inps per i pensionati

Nell'ottobre scorso, Movimento Consumatori ha avviato alcune azioni collettive per la perequazione delle pensioni Inps e le iniziative di rimborso a favore di quanti ne hanno diritto. Nel dicembre 2011, il Governo ha azzerato il meccanismo di adeguamento automatico delle pensioni superiori al triplo del minimo Inps (Manovra Salva Italia) e quindi coloro che sono andati in pensione prima del 31.12.2011 (per 2 scatti di perequazione automatica) e prima del 31.12.2012 (per 1 scatto di perequazione automatica) e hanno percepito un importo della pensione per il 2012 superiore a 1.405,05 lordi (pari a circa 1.088,00 netti) e per il 2013 superiore a 1.443,00 lordi (pari a circa 1.117,00 netti), possono ottenere il ricalcolo della pensione e il rimborso di quanto non percepito. La Corte costituzionale, con sentenza n. 70 del 30 aprile 2015 ha dichiarato l'illegittimità costituzionale dell'art. 24, comma 25, del decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, riconoscendo il diritto dei pensionati a una prestazione previdenziale adeguata e rivalutata per conservare il potere di acquisto delle somme percepite. Movimento Consumatori per consentire ai pensionati di far valere i propri diritti ha attivato presso le proprie sezioni un servizio di assistenza per la richiesta dei rimborsi: le adesioni ricevute fino al 31 dicembre 2016, sono state più di 1200 e i tribunali e le sezioni locali della Corte dei Conti interpellati in tutta Italia stanno già procedendo a fissare le prime udienze di discussione. Alcune sezioni del Movimento Consumatori proseguiranno la raccolta dei mandati anche nel 2017 – ma solo fino alla fine del mese di febbraio. Per ulteriori info: [www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it).

## \* Fondo immobiliare IRS



Movimento Consumatori interviene in merito alle vicende del Fondo Immobiliare IRS, gestito da Investire Immobiliare SRG e collocato da Poste Italiane nel 2003 al valore nominale di 2500 euro e venuto a scadenza il 31 dicembre scorso con la liquidazione di 390 euro a quota, con una perdita di capitale pari all'84,4%. Pur mantenendo ogni riserva sulla legittimità del collocamento di quote del Fondo a risparmiatori retail, sulla correttezza della gestione, e sull'efficacia dell'attività di sorveglianza da parte di Consob e Banca d'Italia, MC accoglie positivamente l'iniziativa di Poste Italiane volta a rimborsare il 100% del capitale. L'associazione prende atto tuttavia che tale rimborso sarà immediato e diretto solo per i titolari aventi almeno 80 anni, mentre per gli altri avverrà mediante sottoscrizione gratuita di una polizza vita con rendimento garantito alla scadenza di cinque anni. In considerazione di questa particolare modalità, MC, insieme ad altre associazioni di consumatori, ha chiesto e ottenuto un confronto con Poste Italiane, per l'individuazione di ulteriori categorie di risparmiatori cui, secondo criteri di reddito e patrimoniali, sia riconosciuto il rimborso immediato in deroga al requisito dell'età, mediante una procedura di conciliazione paritetica gratuita. MC parteciperà a questi incontri con l'intento di contribuire a una soluzione quanto più ragionevole ed equa per il maggior numero di risparmiatori.

## \* Domande e risposte

Ho contestato la bolletta per la fornitura di energia, ma il reclamo ha avuto esito negativo, come posso tutelare i miei diritti?

Antonella Fisi, Caserta



Risposta a cura di  
**Rita Rocco**  
Settore Energia  
Sportello del  
Consumatore online

A partire dal 1° gennaio 2017, il tentativo obbligatorio di conciliazione ai fini della procedibilità della domanda giudiziale è diventato realtà anche per il settore energia, pertanto, prima che la controversia possa essere portata all'attenzione del giudice, è necessario effettuare la negoziazione, prevista dal Testo Integrato per la Conciliazione che disciplina la materia per il settore di competenza dell'Aeegi e agevolerà il consumatore nella soluzione stragiudiziale del contenzioso insorto su questioni inerenti la fornitura e può costituire nel tempo un viatico per consolidare buone prassi che vadano a deflazionare il ricorso al giudice. E proprio in questa prima fase di avvio della obbligarietà può essere determinante scegliere di avvalersi della qualificata assistenza delle AACC che possono tutelare il consumatore in maniera più efficace e risolutiva. Ecco l'iter per usufruire della conciliazione? A seguito di un esito negativo o insoddisfacente del reclamo, il consumatore ha diritto di inviare domanda di conciliazione (negoziatura paritetica delle AACC o Servizio Conciliazione dell'Autorità) o in caso di mancata risposta al reclamo attendere che siano decorsi 50 giorni dall'invio dello stesso. In base alle recenti novità introdotte in materia di ADR la procedura sarà per il consumatore gratuita, veloce e può essere avviata entro un anno dalla risposta al reclamo e nel caso delle negoziazioni paritetiche, le aziende sono tenute a sospendere le azioni di tutela e autotutela a carico dei consumatori in virtù di quanto previsto nei protocolli d'intesa sottoscritti.

**Hai un problema e vuoi risolverlo on line?**  
Rivolgiti ai nostri esperti: [www.sportello.movimentoconsumatori.it](http://www.sportello.movimentoconsumatori.it).

# Consumers' iniziative

IO SONO ORIGINALE

## Incontri con i giovani e un magazine per i ragazzi



Io Sono Originale, il progetto per la lotta al falso, promosso dalle associazioni di consumatori (tra cui MC) e finanziato dal Ministero dello Sviluppo economico, Direzione generale per la lotta alla contraffazione - Ufficio italiano brevetti e marchi, prosegue le sue attività di informazione ai cittadini,

rivolgendo la sua attenzione ai giovani. Nell'ambito dell'iniziativa verranno realizzati, a partire dal mese di febbraio, incontri nelle scuole di 20 città italiane per sensibilizzare gli adolescenti sui rischi che possono derivare dall'acquisto di prodotti contraffatti. Per la creazione del materiale

informativo per i ragazzi ci si è avvalsi dell'esperienza di Giunti Progetti Educativi: è stato prodotto e verrà distribuito gratuitamente ai giovani un magazine con articoli, informazioni, attività che approfondiscono tutti gli aspetti legati al tema dell'importanza di scegliere prodotti originali:

- la cultura della proprietà intellettuale;
- l'importanza e il valore delle idee;
- best practices volte al contrasto della contraffazione.

Il magazine ospita interviste a personaggi famosi tra i ragazzi e articoli supportati da una grafica e da un linguaggio accattivanti, tipici degli adolescenti, per creare un canale di comunicazione diretto con i giovani lettori.

Nei prossimi mesi riprenderanno anche il road show e i flash mob nelle piazze italiane: tutte le notizie sui tour saranno a disposizione degli utenti sui canali social Facebook, Twitter e Instagram del progetto. Per ulteriori informazioni si può visitare anche la pagina dedicata all'iniziativa presente sul sito del Ministero dello Sviluppo economico - Direzione generale per la lotta alla contraffazione - UIBM.

A Roma è sempre attivo lo sportello in via di Santa Croce in Gerusalemme, 83 che offre assistenza e informazione specifica in materia di contraffazione. Prosegue anche il concorso "Vinci Originale" che con la chiusura della sua prima fase ha decretato i primi due vincitori.

Si può partecipare scaricando l'app (su App store e Android) che ha l'obiettivo di educare e di informare i consumatori, ponendo una linea di demarcazione tra prodotti originali e prodotti contraffatti per aiutare i partecipanti a compiere scelte consapevoli. La seconda fase del concorso è iniziata il 1° febbraio.

### \* Dire, fare, riciclare

#### Arrivano i buoni pasto con i consigli antispreco

Quanto siamo consapevoli dello spreco di cibo che per la maggior parte avviene all'interno delle mura domestiche?

Produciamo cibo consumando quantità di risorse preziose, attraverso tanti passaggi lungo la filiera, eppure sono necessari pochi gesti affinché più di un terzo di quanto produciamo finisca nel cestino della spazzatura.

La realizzazione di speciali copertine di buoni pasto con dei consigli "antispreco", realizzate grazie ad una partnership tra Comieco e Edenred, inventore del Ticket Restaurant®, sensibilizzeranno oltre un milione di lavoratori titolari dei benefit Edenred ad una cultura dell'alimentazione sostenibile, della corretta differenziazione dei rifiuti e della lotta allo spreco delle risorse. I beneficiari dei Ticket Restaurant® potranno, infatti, leggere sulle cover dei blocchetti di buoni pasto delle pillole informative curate da Comieco con alcuni semplici consigli per evitare gli sprechi.

Stando ai dati 2016 dell'Osservatorio Nazionale Waste Watcher di Last Minute Market, società spin-off dell'Università di Bologna, in Italia ogni anno vengono sprecati circa 16 miliardi di euro di cibo, praticamente l'1% del prodotto interno lordo.

Le buone politiche di riduzione devono interessare innanzitutto i privati cittadini, perché la maggior parte dello spreco avviene nelle mura domestiche ma coinvolgere anche il mondo della pausa pranzo fuori ufficio che accomuna 2,5 milioni di lavoratori italiani.

La cultura dello spreco può essere contrastata agendo proprio sui piccoli comportamenti quotidiani, e tra questi la raccolta differenziata è uno dei principali strumenti a disposizione di ognuno di noi.

Non tutti i rifiuti sono inutili, infatti.

Carta e cartone, così come tutti i rifiuti che si possono differenziare correttamente, sono preziose risorse da non sprecare e fare una buona raccolta differenziata è un gesto semplice che fa bene all'ambiente e di grande senso civico.

Attraverso una incisiva politica di prevenzione e sviluppo della raccolta differenziata di imballaggi cellulosici immessi al consumo che Comieco persegue da oltre 30 anni, è stato possibile ottenere risultati molto importanti.

Oggi, otto imballaggi cellulosici su 10 nel nostro Paese vengono riciclati e nel 2015 ogni italiano in media ha raccolto in modo differenziato circa 51,5 kg di carta e cartone.

Sono risultati importanti, ma si può fare ancora molto per migliorare la raccolta e intercettare le circa 900 mila tonnellate di carta e cartone che ancora finiscono nell'indifferenziato.

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

### FOCUS FAIRTRADE

## Consumatori consapevoli e tutelati

Cos'è commercio equo e cosa non lo è? A tutela del consumatore è in arrivo una legge che definisce in modo chiaro i diversi ruoli di chi opera nel settore. La proposta legislativa "Disposizioni per la promozione e la disciplina del commercio equo e solidale" giace in attesa dell'approvazione definitiva del Senato da mesi, dopo il passaggio votato positivamente da una larga maggioranza alla Camera dei deputati il 3 marzo scorso. Il provvedimento affronta il tema riconoscendo una valenza pubblica sostanziale a un percorso nato dal basso che da molti anni, grazie a consumatori consapevoli e a realtà

come Fairtrade, costruisce un impatto importante nei Paesi in via di sviluppo. Il consumatore consapevole che sceglie i prodotti Fairtrade sul mercato sostiene l'intero sistema del commercio equo. Il movimento italiano rappresentato da Equo Garantito, Fairtrade Italia e Associazione Botteghe del Mondo, punta al riconoscimento di questa forma di economia come strumento di cooperazione internazionale. Gli aspetti fondamentali sui quali sono state poste le basi della legge, infatti, riguardano la definizione precisa di ciò che è commercio equo e solidale, con l'accento sul ruolo dei diversi attori che lo promuovono; Il provvedimento da

una parte facilita l'utilizzo e il consumo in maniera diffusa dei prodotti, affinché si trovino sul mercato; dall'altra tutela il consumatore nello scegliere i prodotti del commercio equo.

Un altro aspetto importante della legge al vaglio del Senato è l'istituzione di un elenco nazionale del commercio equo e solidale nel quale tutti i soggetti autorizzati ad operare vengono iscritti: uno strumento che introduce aspetti definitivi e vincoli per chi opera in un mercato commerciale, salvaguardando gli interessi dei consumatori rispetto a ciò che può nascondersi dietro l'affermazione "commercio equo" e le sue possibili declinazioni.

### 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*



**MOVIMENTO  
CONSUMATORI**

Consumers' news del 13 luglio 2016



### Veneto Banca e Popolare di Vicenza

Movimento Consumatori offre assistenza individuale e collettiva ai risparmiatori. Il Movimento Consumatori è da sempre attivo nella tutela dei risparmiatori, obbligazionisti e azionisti, vittime di crack e scandali finanziari, a partire dai casi Argentina, Cirio e ...

Campagne promosse da MC | Pubblicato il 13.06.2016

» Leggi tutto



### Bonus a sapersi

Prende il via il progetto Bonus a sapersi - Promozione dell'accesso al bonus energia. Il progetto prevede l'organizzazione di 75 incontri locali che coinvolgono operatori locali di istituzioni, enti e organizzazioni senza fini ...

Progetti di MC | Pubblicato il 14.05.2016

## Iscriviti alla nostra Newsletter Consumers' news

Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e sulle iniziative di Movimento Consumatori, le ultime news sui consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra associazione. Per iscriverti vai sul sito [www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it). 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 (MC) è un'associazione autonoma e indipendente, senza fini di lucro, nata a Milano nel 1985 dalla passione di alcuni intellettuali.

MC ha come obiettivi la difesa dei diritti e degli interessi individuali e collettivi degli utenti nei confronti di enti pubblici e imprese, il miglioramento della qualità della vita dei cittadini e lo sviluppo di una cultura consumeristica responsabile ed eco-compatibile.

MC è iscritto al registro delle associazioni di promozione sociale (APS) e aderisce alla Federazione Arci. E' membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), costituito presso il Ministero dello Sviluppo economico, e collabora con diverse realtà del terzo settore a sostegno di specifiche campagne sui diritti di cittadinanza e di consumo.

Movimento Consumatori monitora il rispetto delle normative vigenti da parte dei fornitori di beni e servizi, promuove campagne di sensibilizzazione (sui temi del risparmio energetico e

della tutela ambientale, della tutela dei piccoli risparmiatori, della finanza etica, del consumo critico, della lotta al gioco d'azzardo, della tutela della salute dei cittadini) e realizza iniziative di informazione volte a fornire a tutti, anche ad alcune categorie sensibili quali giovani, anziani, immigrati e diversamente abili, gli strumenti conoscitivi adeguati per diventare consumatori responsabili e attivi nel far valere i propri diritti. Movimento Consumatori conta più di 50 sezioni in tutta Italia che offrono quotidianamente informazioni, consulenza e assistenza stragiudiziale su tutte le tematiche di consumo.

Recentemente, per rendere ancora più universale il servizio di tutela individuale, MC ha messo a disposizione dei suoi associati anche un servizio innovativo di consulenza: lo Sportello del Consumatore online ([www.sportello.movimentoconsumatori.it](http://www.sportello.movimentoconsumatori.it)) è in grado di gestire le pratiche a distanza, grazie ad una ventina di esperti specializzati nelle tematiche di consumo.

## 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 online ([www.sportello.movimentoconsumatori.it](http://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 aggior-

na 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 online, 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](mailto:tesseramento@movimentoconsumatori.it).

Per maggiori informazioni:

<http://www.movimentoconsumatori.it/p/424/iscriviti.html>

Telefono 06 4880053

Email: [tesseramento@movimentoconsumatori.it](mailto:tesseramento@movimentoconsumatori.it).

### \* Sezioni e sportelli

#### ABRUZZO

Pescara, tel. 085 297233

#### BASILICATA

Potenza, tel. 0971 411832

#### CALABRIA

Lamezia - Vibo, tel. 320 2295896  
Reggio Calabria, tel. 0965 817782

#### CAMPANIA

Caserta, tel. 0823 1970205  
Napoli, tel. 081 7414661

#### EMILIA ROMAGNA

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

#### LAZIO

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

#### LIGURIA

Sanremo, tel. 0184 597675  
Savona, tel. 019 807494

#### LOMBARDIA

Bergamo, tel. 035 0770803  
Lecco, tel. 0341 365555  
Milano, tel. 02 80583136  
Varese, tel. 0332 810569

#### MARCHE

Macerata, tel. 0733 236788

#### MOLISE

Campobasso, tel. 0874 411086

#### PIEMONTE

Biella-Vercelli, tel. 015 8491179  
Bra, tel. 327 3743855  
Cuneo, tel. 0171 602221

Torino, tel. 011 5069546

#### PUGLIA

Andria, tel. 0883 591030  
Bari, tel. 329 1237435  
Brindisi, tel. 377 2655870  
Foggia e provincia, tel. 0882 223774  
Lecce, tel. 0832 399128  
Molfetta, tel. 340 6085572  
Taranto, tel. 391 3312243  
Trani, tel. 347 8006116

#### SICILIA

Caltanissetta, tel. 339 2046198  
Mazara del Vallo, tel. 328 3222046  
Palermo, tel. 091 6373538

#### 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. 0584 31811

#### UMBRIA

Perugia, Tel. 075 5731074

#### VENETO

Padova, tel. 049 8256920  
Rovigo, tel. 0425 727337  
Venezia-Mestre, tel. 041 5318393  
Verona, tel. 045 595210  
Vicenza, tel. 0444 325767

# ACQUISTARE ONLINE È STATO UN PACCO? CHIEDI A JOHNNY.



**E-COMMERCE, SITI FANTASMA, ORDINI MAI CONSEGNATI:  
PER CONOSCERE I TUOI DIRITTI  
CHIAMA IL NUMERO VERDE 800-744053**



## JOHNNY

[www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny/](http://www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny/)

Progetto realizzato da:



con il finanziamento del Ministero dello Sviluppo  
economico ai sensi del decreto 6 agosto 2015