



TTF
Sostegno
dal mondo
della finanza
Pag. 5



ICE
Raggiunto
oltre un milione
di firme
Pag. 6



Canone TV
Risultati
indagine
"Luce sul canone"
Pag. 8



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

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



luglio 2017

Anno 09 N. 06

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

DOSSIER

Sharing mobility: informarsi per scegliere bene

Dopo quattro indagini sull'e-commerce, sempre nell'ambito del progetto Johnny (realizzato da Movimento Consumatori, Cittadinanzattiva e Federazione Confconsumatori ACP, grazie al contributo del Ministero dello Sviluppo economico), MC ha realizzato un'analisi su 20 piattaforme che operano nella sharing mobility: 9 nel "car sharing" o "car rental" (noleggio metropolitano) e 11 nel "car pooling" (utilizzo di una sola automobile da parte di un gruppo di persone che compiono abitualmente lo stesso tragitto).

E' emerso innanzitutto che non tutte le esperienze analizzate possono essere definite come espressioni di "sharing economy": si stanno, infatti, sviluppando soprattutto forme di business che nulla hanno a che vedere con finalità di condivisione o di consumo consapevole.

dossier
segue a **pagina 2**



L'intervista: Raimondo Orsini, direttore Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile



per lo Sviluppo Sostenibile al fine di creare un tavolo di cooperazione tra gli operatori di mobilità condivisa, le istituzioni, i comuni e la società civile. In merito abbiamo, quindi, intervistato Raimondo Orsini, direttore della Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile.

Come e perché la sharing mobility può ridurre gli impatti della mobilità?

Tutte le analisi condotte sino ad oggi sul comportamento degli utenti che utilizzano i servizi di sharing mobility sono concordi nel riscontrare un cambiamento d'abitudini che si traduce in una riduzione complessiva del consumo di mobilità, cioè guidano di meno, comprano meno auto (alcuni la vendono proprio, spesso la seconda auto o ritardano l'acquisto) e sono più propensi a utilizzare altre modalità come il trasporto pubblico, andare a piedi e in bicicletta.

Tutto questo si traduce in minori consumi, minori emissioni, meno traffico e meno auto parcheggiate sulle nostre strade e nelle nostre piazze.

L'Osservatorio nazionale sulla sharing mobility (www.osservatoriosharingmobility.it) è promosso dal Ministero dell'Ambiente e dalla Fondazione

una buona notizia...

Vacanze. A luglio crescita dell'1% rispetto al 2016

Sono 15,2 milioni gli italiani che hanno deciso di andare in vacanza a luglio, con un aumento dell'1% rispetto allo scorso anno. È quanto emerge da un'analisi Coldiretti/Ixè. Negli oltre 22mila agriturismi italiani si prevede un aumento delle presenze stimato pari al 8% rispetto allo scorso anno, con lo storico sorpasso degli ospiti stranieri rispetto a quelli italiani, secondo le stime della Coldiretti.

...e una cattiva

Spillage. Una montagna di rifiuti dai nostri WC

Il 10% dei rifiuti presenti sulle spiagge italiane proviene dagli scarichi dei bagni. Nasce per questo la campagna #NoRifiutinelWC, sviluppata da Legambiente e Ogilvy Change, che applica gli studi scientifici di economia comportamentale, psicologia cognitiva e psicologia sociale nella realizzazione di interventi finalizzati a orientare positivamente i comportamenti e le decisioni delle persone. Info su www.legambiente.it/norifiutinelwc.

editoriale

Banche Venete: lo Stato non tradisca i risparmiatori!

Il decreto legge sulle banche venete dà il colpo di grazia a decine di migliaia di piccoli azionisti già clienti di Veneto Banca e di Popolare Vicenza ai quali negli anni sono state vendute fraudolentemente, come accertato dalla Consob, le azioni delle due banche. Tutti i piccoli azionisti, oltre ad aver indiscutibilmente perso il valore del proprio investimento, non potranno nemmeno confidare sul patrimonio residuo delle banche trasferito ad Intesa Sanpaolo in quanto il decreto, con una norma del tutto eccezionale, e a nostro avviso irragionevole, ingiusta e probabilmente incostituzionale, esclude che Intesa possa rispondere dei debiti derivanti da tali illeciti. Riteniamo che il decreto sia ingiusto e che debba essere modificato in quanto pregiudica decine di migliaia di vittime di illeciti gravissimi che minano valori fondamentali quali la tutela del risparmio sancita dall'art. 47 della Costituzione. Gli attivi delle due banche sono l'irrinunciabile garanzia per tutti i creditori involontari quali le vittime degli illeciti. A fronte del trasferimento delle aziende bancarie e degli attivi, a Intesa Sanpaolo chiediamo che nel perimetro della cessione siano ricompresi anche i debiti risarcitori derivanti dal misselling delle azioni.

Alessandro Mostaccio, segretario generale MC
Paolo Fiorio, coordinatore Oss. Credito Risparmio MC

segue a **pagina 4**

segue a **pagina 4**

DOSSIER

Indagine Johnny su sharing mobility: attenzione a franchigie e penali e a clausole vessatorie nei contratti

segue dalla prima



JOHNNY
il viaggio di un consumatore tra diritti disattesi, sharing economy e nuovi canali di acquisto

Car Sharing

Dati rilevati nel mese di maggio 2017

Attraverso un'analisi delle **condizioni generali di contratto** abbiamo approfondito quali possono essere le criticità connesse all'utilizzo delle auto a noleggio in ambito cittadino, per quanto riguarda sia il **comportamento dell'utente** sia l'**applicazione di franchigie e penali** a carico dello stesso, laddove responsabile del sinistro. Vengono dunque applicate franchigie e penali (da un minimo di 150,00 euro al massimo di 1.500,00) in caso di incidente con torto parziale o totale dell'utente.

	Franchigia importi espressi in €	Penale importi espressi in €
Car2Go www.car2go.com	500,00 + 100,00 se danno a terzi <small>(possibile riduzione in caso di danno e costi inferiori)</small>	—
Enjoy www.enjoy.eni.com	—	Danni al veicolo e/o a persone o cose, imputabili al conducente, oltre a penale di € 500,00
Bluetorino www.bluetorino.eu	450,00 aumentabile fino a 900,00	—
Share'ngo www.sharengo.it	15% danno al veicolo con il minimo di 800,00 per ogni danno	—
Ubeeqo www.ubeeqo.com	500,00	—
GirAci Bari www.giraci.com	250,00	—
Genova Car Sharing www.genovacarsharing.it	—	da 150,00 a 1.500,00 a seconda del danno
Car Sharing Roma www.romamobilita.it	—	da 150,00 a 1.500,00 a seconda del danno
Car Sharing Palermo www.carsharingpalermo.it	—	da 150,00 a 1.500,00 a seconda del danno



Puntualizzato questo, abbiamo identificato modelli con alcuni comuni denominatori:

- uso di piattaforme Internet e/o di applicazioni da scaricare e utilizzare tramite smartphone;

- uso di auto altrui, invece della propria o del trasporto pubblico.

Nella nostra ricerca abbiamo distinto alcune esperienze fondate su una gestione pubblica da altre private, più recenti e che – soprattutto grazie alle nuove tecnologie e a forti investimenti di multinazionali che operano nel settore – si stanno diffondendo nelle maggiori città italiane.

Dall'indagine è emerso che il car sharing di matrice pubblica fatica a reggere oggi la concorrenza dei privati.

Tuttavia i vantaggi alla collettività dalla diffusione del car sharing privato ci sono in termini di beneficio ambientale e anche per il pagamento alle casse comunali da parte degli operatori privati di un contributo annuale.

Nell'analisi del car rental ci siamo soffermati su alcuni aspetti specifici con un occhio di riguardo alle conseguenze che si possono verificare in caso di incidente.

Nelle condizioni generali di contratto abbiamo visto quali possono essere le criticità connesse all'utilizzo delle auto a noleggio in ambito cittadino, per quanto riguarda l'applicazione di franchigie e penali all'utente, quando responsabile del sinistro.

Dalla lettura è emerso che in caso di incidente con responsabilità del conducente del veicolo a noleggio le conseguenze per lo stesso possono assumere una certa rilevanza economica (con dubbi di legittimità sull'applicazione di alcune clausole).

Posto che tutti i gestori chiedono all'utente in caso di sinistro di contattare il proprio call center e nella maggior parte dei casi di chiedere l'intervento delle forze dell'ordine, nell'analisi delle condizioni di contratto ha attirato la nostra attenzione l'esistenza di una clausola – contenuta nel primo gestore a livello italiano (Car2go) che afferma che in caso di incidente il cliente non potrà riconoscere la propria responsabilità o rilasciare dichiarazioni di responsabilità.

Qualora il cliente rilasci tali dichiarazioni si applicheranno esclusivamente a lui. Ci siamo chiesti come l'esistenza di questa clausola possa conciliarsi con la procedura CID e quali possano essere gli effetti della sua applicazione.

Tale previsione sembra di dubbia liceità (anche se un monito a possibili frodatori) o quanto meno poco

trasparente. A nostro avviso non può non determinare delle problematiche in caso di sinistri: conseguenze di un certo peso ai danni del cliente, ma anche un danno per il proprietario del mezzo danneggiato o di colui che abbia subito lesioni.

Si evidenzia inoltre che nelle condizioni di contratto è previsto che, in caso di mancata restituzione del modulo CID a Car2go (ma senza dichiarazioni di responsabilità?) entro sette giorni, "l'assicurazione non potrà liquidare i danni dell'incidente e in tal caso Car2go si riserva il diritto di addebitare al cliente tutti i danni derivanti dall'incidente a persone, oggetti e veicoli".

Tale clausola pone dubbi di liceità in particolare con riferimento a quanto previsto dall'art. 33 c. 2° lett. t), in quanto è volta a sancire a carico del consumatore limitazioni alla facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova.

Per quanto concerne l'applicazione di franchigie e penali da parte delle piattaforme analizzate sono stati rilevati importi anche rilevanti (da un minimo di 150 a un massimo di 1.500 euro) in caso di incidente con torto parziale o totale dell'utente.

segue a pagina 3

DOSSIER

segue da pagina 2

Il consiglio è quindi quello di un'attenta lettura da parte dei consumatori delle condizioni generali di contratto.

Per quanto riguarda i costi di noleggio per 1 ora si va da un minimo di 2,50 ad un massimo di 17,52 euro, ma questi dati devono essere analizzati alla luce di tutte le varianti dei servizi offerti (a riguardo si veda l'infografica completa di tutte le annotazioni pubblicata sulla landing page www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny).

Anche in questo caso, deve essere cura dell'utente fare attenzione a tutte le specifiche relative ai costi: se è previsto un pagamento di iscrizione o di un canone, se nella tariffa è compreso il costo per chilometro percorso, etc.

In merito al car pooling, le piattaforme analizzate, sulla base di quanto dalle stesse pubblicizzato, dovrebbero promuovere una reale e una effettiva forma di sharing economy, come condivisione del mezzo privato, senza finalità di lucro, con risparmi a favore sia del trasportato sia del conducente e benefici ambientali.

Laddove il servizio si limiti a mettere in contatto chi offre e chi richiede, attraverso una sorta di "bacheca virtuale", è difficilmente ipotizzabile una responsabilità della piattaforma, sia per quanto riguarda inadempimenti del "driver" o "prosumer" sia in caso di incidente.

Questa neutralità però deve essere esclusa nel caso in cui il gestore svolga un ruolo attivo, atto a conferirgli una conoscenza o un controllo dei dati.

A nostro avviso proprio l'elemento della neutralità distingue i modelli propriamente di "ride sharing" da altre forme talvolta definite di "car pooling" nelle quali tale elemento viene meno, dal momento che il servizio reso dal privato "prosumer" è di fatto controllato dal gestore della piattaforma che, conseguentemente, potrebbe essere ritenuto responsabile sia in caso di inadempimenti sia di sinistri.

I risultati integrali dell'indagine e le infografiche sono pubblicati sul sito www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny nella sezione "Sharing economy".

Il progetto Johnny

"Johnny, il viaggio di un consumatore tra diritti disattesi, sharing economy e nuovi canali di acquisto" è un'iniziativa realizzata da Movimento Consumatori, Cittadinanzattiva e Federazione Confconsumatori ACP, grazie al contributo del Ministero dello Sviluppo economico. 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 fantomatico 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.

Per rendere adeguata la conoscenza di questi diritti, il progetto Johnny mette in campo diverse attività di informazione e assistenza.

Per consulenze e informazioni è attivo il numero verde 800 744053. Sulla landing page del progetto pubblicata sul sito MC è anche disponibile una form dove inviare la propria richiesta di assistenza. E' stata realizzata inoltre l'App Joinjohnny, attraverso la quale si possono 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.

Nella landing page sono pubblicate e scaricabili guide informative, infografiche, approfondimenti e link utili sulle tematiche oggetto dell'iniziativa.

Nell'ambito del progetto sono state organizzate 12 giornate di formazione e informazione rivolte alla cittadinanza nelle piazze di 12 città italiane. Inoltre, 13 sportelli regionali itineranti hanno offerto "on the road" ai consumatori consulenza, materiali informativi e simpatici gadget.

Sono state previste anche attività specifiche:

- per i ragazzi di scuola media superiore attraverso un ciclo di laboratori sulle tematiche del consumerismo i ragazzi hanno potuto acquisire consapevolezza dei propri diritti e doveri di giovani consumatori. Al termine del percorso hanno prodotto degli output presentati ai compagni di scuola, genitori e rappresentanti esterni in occasione di un evento finale.

- 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. È stato, inoltre, predisposto un questionario specifico per giovani dai 20 ai 30 anni.

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

I ragazzi delle scuole medie superiori di Torino, Roma e Lametia Terme che hanno partecipato alle attività hanno prodotto i contenuti di simpatici segnalibri e di un vero e proprio "Manifesto del giovane consumatore", pubblicato nella landing page dell'iniziativa.



JOHNNY

il viaggio di un consumatore tra diritti disattesi, sharing economy e nuovi canali di acquisto

Car Sharing

Dati rilevati nel mese di maggio 2017

Per valutare la convenienza del servizio abbiamo realizzato un confronto tra i costi applicati dagli operatori che erogano il servizio car sharing relativamente a **viaggi di 20 minuti** (circa 6,5 km) e di **60 minuti** (28 km), in condizioni normali di traffico. Si è stimato che la velocità del traffico medio urbano sia di circa **28 km/orari** (cfr. studio Federpneus <http://www.pneusnews.it/2017/04/26/italia-in-crescita-nel-2015-la-velocita-media-percepita-dei-mezzi-di-trasporto/>)

I Costi

	Costo indicato sul sito - tariffa base - importi espressi in €	Costo stimato per 20 minuti importi espressi in €	Costo stimato per 60 minuti importi espressi in €	Iscrizione/canone
Car2Go ¹ www.car2go.com	0,24/min	4,80	13,90 ²	Iscrizione € 9
Enjoy ³ www.enjoy.eni.com	0,25/min	5	15	No costi iscrizione
Bluetorino ⁴ www.bluetorino.eu	2,75/15min e ogni min successivo 0,18/min	3,6	13,55	Iscrizione € 5/mese € 60/anno ⁵
Share'ngo ⁶ www.sharengo.it	0,28/min ⁷	5,6	16,8	No costi 30 minuti di bonus iniziale
Ubeeqo ⁸ www.ubeeqo.com	2,20/1ora + costo per km ⁹	minimo 1 ora	2,20	Canone mensile € 5 con tariffa Flexy
GirAcì Bari ¹⁰ www.giraci.com	0,39 /min ¹¹	7,8	23,4	No costi ¹²
Genova Car Sharing ¹³ www.genovacarsharing.it	2,50/ora + 0/km ¹⁴	minimo 1 ora	2,50 ¹⁵	Annuale € 60
Car Sharing Roma ¹⁶ www.romamobilita.it	2,50/1 ora + 0,49/km ¹⁷	minimo 1 ora	16,22 ^a	€ 120 famiglie € 150 aziende
Car Sharing Palermo ¹⁸ www.carsharingpalermo.it	2,40/ora + km (per fascia oraria 7 - 22) ¹⁹	minimo 1 ora	17,52 ^b	Annuale € 25

¹ Car2Go, <https://www.car2go.com/IT/it/florence/costs/> - 0,24 con Smart Fortwo - Tariffa promozionale valida per smart fortwo fino al 30.06.2017

² Quando trascorre un'ora di guida viene calcolato in automatico il forfait orario

³ Enjoy, <https://enjoy.eni.com/it/milano/tariffe> (uguale per tutte le altre città)

⁴ Bluetorino, <https://www.bluetorino.eu/1-annopiu-di-25-anni>

⁵ Tariffa riferita a chi possiede più di 25 anni

⁶ Share'ngo, <http://site.sharengo.it/tariffe-promozioni/>

⁷ Tariffa base. Sono previsti pacchetti diversi (con il pacchetto SI PARTE, per un massimo di 100 minuti di noleggio il prezzo al minuto scende a 0,24)

⁸ Ubeeqo, <https://www.ubeeqo.com/it/carsharing-milano/fees>

⁹ Tariffa Flexy con auto classe economy: 2,20/h + costo per km (0,45/km) - pacchetto city 20,00/100km.

Se il noleggio dura 1h e 30 min, ad esempio, si pagherà euro 3,20 + costo/km. Se si sceglie auto elettrica con tariffa flexy e classe city il costo è di euro 2,40/h

¹⁰ Giraci Bari, <https://giraci.com/it/bari/fees>

¹¹ Tariffa opzione free floating; in sosta 0,05/min con parcheggio libero, gratis strisce blu, aree riservate residente e parcheggi esclusivi GirACI. Con tariffa One Way (prenotazione) tariffa base 0,29/min; in sosta 0,05/min con parcheggi esclusivi GirACI

¹² Non prevede costi di abbonamento ma un sistema di traffico prepagato a scalare sulla base dell'utilizzo del servizio; la prima ricarica, addebitata in fase di iscrizione, è pari a € 39,00

¹³ Genova car sharing, http://www.genovacarsharing.it/privati/quanto_costa_tariffe.aspx#base

¹⁴ Tariffe di breve utilizzo (ore+km). Per corse brevi la spesa complessiva si calcola sommando la tariffa oraria a quella chilometrica

Con Auto elettrica euro 2,50/h e al km non ci sono costi. Con auto Fiat Panda euro 3/h + 0,50/km. Agevolazioni sugli abbonamenti in base all'età o a convenzioni ACI

¹⁵ Tariffa oraria e il costo/km è pari a 0 se si utilizza auto elettrica

¹⁶ Car Sharing Roma, <https://romamobilita.it/it/carsharing/quanto-costa>

¹⁷ Tariffa INDIVIDUALE - SMALL e per fascia oraria 7-24. Costo a km da 0 a 150 km, small = euro 0,49; da 150 km in poi euro 0,33/km

^a per 60 min 2,50/h + 0,49/km=Euro 16,22

¹⁸ Car Sharing Palermo, <http://www.carsharingpalermo.it/index.php/quanto-costa>

¹⁹ Con auto elettrica euro 2,40/min + 0,54/km se fino a 100 km; 0,47/da 101 a 300 km; 0,40/oltre 300 km

^b Per 60 min 2,40/min+ 0,54/km=Euro 17,52

INTERVISTA A RAIMONDO ORSINI, DIRETTORE FONDAZIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

**A** che punto siamo in Italia?

In Italia i servizi che hanno avuto maggiore diffusione sono il bike sharing, il car sharing e il car pooling, ma anche scooter sharing, bus sharing, park sharing oltre alle app che in un'unica piattaforma permettono di prenotare e acquistare tutta la sharing mobility oggi a disposizione nelle città italiane.

Il Rapporto nazionale sharing mobility che abbiamo redatto come Osservatorio, di cui recentemente è stata estratta una sintesi, offre una panoramica completa sulla mobilità condivisa in Italia e mette sotto la lente di ingrandimento le best practice e le storie di successo come quella di Milano, la realtà più "avanzata" per la sharing mobility in Italia oltre a tracciare l'identikit dell'utente di sharing mobility e a disegnare la mappa di tutti i servizi presenti in Italia.

I principali servizi di sharing mobility italiani hanno raggiunto nel 2015 questi numeri: oltre 13.000

biciclette offerte in bike sharing in 200 Comuni, circa 6000 auto in car sharing per 700.000 utenti nelle due formule free floating (l'auto che si preleva e si lascia ovunque) e station based (si preleva e si lascia in appositi spazi).

Confrontando questi dati con quelle di altre città europee è visibile come l'offerta di sharing mobility italiana sia al passo con quelle di altri Paesi europei.

Allo stato attuale, quali sono le criticità su cui intervenire?

Non sono poche purtroppo. In generale tutta l'organizzazione della mobilità, specie nelle città, ruota intorno all'auto privata e, in piccola parte, su servizi di mobilità condivisa tradizionali come il trasporto pubblico e il taxi.

Ciò significa che anche tutte le normative sono tagliate su misura per chi utilizza la propria auto e non su chi la condivide.

L'intero modello di trasporto è immobile, mentre le nuove tecnologie corrono, i bisogni cambiano e con loro anche i desideri e le abitudini delle persone.

In generale tutte le politiche pubbliche devono essere ritirate, dalle regole alle risorse. Il problema più evidente poi è lo spazio fisico. I nuovi servizi di sharing hanno bisogno di spazio e ce n'è già pochissimo a disposizione, vista la mole gigantesca di auto private presenti in Italia, specie nelle grandi città.

C'è poi una grande differenza tra Nord e Sud dell'Italia e tra piccole e grandi realtà: la sharing mobility non si sta espandendo con omogeneità sul territorio italiano e anche dal punto sociale e generazionale ci sono grandi differenze.

L'Osservatorio ha prodotto una roadmap per facilitare lo sviluppo della mobilità condivisa in Italia. In sintesi, che cosa si propone?

La Roadmap si chiama Next steps: 5 passi avanti per la sharing mobility. La stella polare con cui è stata stilata è quella di individuare pochi obiettivi limitati, ma cruciali in questa fase, rinviando al futuro più lontano un ragionamento di sistema.

Il primo passo è agganciare il processo di riforma del Codice della strada (per altro ormai fermo da un anno) e introdurre nel nuovo testo quel minimo di elementi che tengano conto di questo nuovo mondo della mobilità che si è affermato.

Il secondo passo è un appello alle amministrazioni locali a regolare la rete stradale di loro competenza in modo da sfavorire l'auto privata e invece favorire l'uso dei servizi di sharing.

Questo meccanismo di bonus/malus è essenziale per la diffusione dei nuovi servizi allo stato attuale poi non sarà più necessario.

Terzo passo concedere degli incentivi e degli sgravi fiscali sia alle aziende sia agli utilizzatori. In alcuni casi si tratta anche di rimuovere delle vere e proprie penalizzazioni.

Quarto passo adeguare le polizze assicurative e alcune norme che regolano il settore. Quinto passo inserire a pieno titolo la sharing mobility come servizio pubblico e dunque in grado di poter assolvere anche i compiti che oggi vengono assolti dal trasporto pubblico, in una logica d'integrazione e del permettere a ciascun servizio di trasporto di dare il meglio al minor costo per la collettività.

editoriale

di Alessandro Mostaccio, segretario generale MC e Paolo Fiorio, coordinatore Osservatorio Credito e Risparmio MC

Banche Venete: lo Stato non tradisca i risparmiatori!

segue dalla prima

Auspichiamo che Intesa Sanpaolo si dichiari disponibile in extremis a tale modifica del decreto che risponderebbe allo stesso interesse della banca in quanto le vittime degli illeciti sono l'asset principale dell'operazione che consentirà ad Intesa Sanpaolo di creare valore per i propri azionisti.

La modifica che proponiamo è concretamente perseguibile in quanto le risorse necessarie per indennizzare i danneggiati sarebbero contenute e comunque bilanciate dai vantaggi dell'operazione.

Ad oggi, infatti, quasi il 70% degli ex soci di Veneto Banca e Popolare Vicenza hanno rinunciato ad ogni azione accettando la transazione proposta dalle banche ad inizio anno.

Il rimanente 30% sono quegli azionisti che hanno subito i danni più consistenti, che hanno perso tutti i risparmi della propria vita e che oggi si trovano in difficoltà ad arrivare alla fine del mese.

Tale sforzo è del tutto compatibile con i grandissimi vantaggi che Intesa Sanpaolo avrà dall'operazione, a partire dal discutibile "contributo" a fondo perduto, di quasi 5 miliardi di euro erogati dallo Stato, senza l'attribuzione di nemmeno un'azione. Se il decreto fosse convertito in legge senza modifiche, il comportamento razionale di tutte le vittime degli illeciti e delle relative famiglie, che organizzazioni come la

nostra si vedrebbero costrette a sostenere, sarebbe quello di richiedere in massa l'immediata restituzione di tutti i depositi e l'interruzione di ogni rapporto contrattuale con una banca che ha richiesto e subordinato il proprio intervento al mantenimento di un'evidente e intollerabile ingiustizia, con un chiaro ricatto al Governo e al Parlamento.

La modifica del decreto è tanto più necessaria in quanto non è prevista alcuna norma speciale per attribuire alle vittime della vendita fraudolenta delle azioni un privilegio nella liquidazione e per consentire procedure di accertamento dei crediti risarcitori.

Per questi motivi ci stiamo appellando al Parlamento, al Governo e a Intesa Sanpaolo: eliminate immediatamente quest'ingiustizia! Non può essere questo lo "stile italiano"!

Sacrificare i risparmiatori che sono stati oggetto di una "truffa", per mano di un accordo tra lo Stato e il più grosso gruppo bancario italiano non solo costituisce un'ingiustificabile ingiustizia, ma mina alla radice il rapporto di fiducia che lega i cittadini allo Stato e a quel sistema bancario italiano che sembrerebbe, al contrario, aver piuttosto bisogno di recuperarla!

CAMPAGNA ZEROZEROCINQUE

Tassa europea sulle Transazioni Finanziarie: sostegno dal mondo della finanza



UNA
PICCOLA TASSA
SULLA FINANZA.
UNA **GRANDE RISORSA**
PER I PIÙ POVERI E IL PIANETA.

Il 10 luglio scorso, a margine del vertice dell'Eurogruppo, i ministri delle Finanze Ue hanno discusso dei progressi negoziali sulla tassa europea per le speculazioni finanziarie. In vista dell'appuntamento, 52 esperti di finanza hanno manifestato il proprio sostegno alla misura con una lettera aperta indirizzata ai 10 capi di Stato e di governo dei Paesi coinvolti nel negoziato sotto la procedura di cooperazione rafforzata: gli esperti descrivono la TTF come una misura capace di garantire maggiore stabilità e resilienza finanziaria e di generare considerevoli entrate fiscali per i governi.

Tra i firmatari figurano esponenti di primo piano del settore finanziario globale come Lord Adair Turner, ex Chairman della Financial Services Authority, la Consob britannica; Avinash Persaud, Presidente di Intelligence Capital Limited ed ex capo della divisione Currency and Commodity Research di JP Morgan; Dr William Barclay, ex Vicepresidente Senior della Borsa di Chicago; Luc Bomans, ex Vicepresidente esecutivo di JP Morgan ed ex AD della cassa di compensazione belga Euroclear Securities Clearing System; Andrew Sheng, ex Presidente della Securities and Futures Commission di Hong Kong; Rob Johnson, Presidente dell'Institute for New Economic Thinking ed ex Capo Economista del Banking Committee del Senato USA.

Tra le adesioni italiane spiccano le firme di Ugo Biggeri (Presidente di Banca Popolare Etica), Luca Mattiazzi (Direttore Generale di Etica Sgr), Andrea Baranes (Presidente di Fondazione Finanza Etica), Agostino Megale (Segretario Generale FISAC-CGIL), Giulio Romani (Segretario Generale FIRST-CISL) e Massimo Masi (Segretario Generale UILCA)

Gli esperti sollecitano un piccolo prelievo sulle transazioni finanziarie come le compravendite di azioni e derivati. La tassa può così agire da serio deterrente contro le operazioni di carattere meramente speculativo senza penalizzare le posizioni di chi investe con l'orizzonte di medio-lungo periodo. L'imposta è capace di riscuotere un gettito considerevole – si legge nella lettera. Risorse significative che potrebbero essere reinvestite in salute ed istruzione in Europa e per la lotta alla povertà e il contrasto ai cambiamenti climatici su scala globale.

Secondo recenti stime della Commissione Europea la TTF potrebbe generare 22 miliardi di euro all'anno per i 10 Paesi del negoziato. In Italia le entrate erariali, secondo le stime della Commissione e dell'istituto tedesco di ricerca economica (DIW), oscillerebbero tra i 3 e i 6 miliardi di euro all'anno. Il mancato accordo nel 2016 è risultato per i Paesi del negoziato in 12,5 miliardi di euro di gettito perso dal 6 dicembre scorso.

Gli esperti sottolineano anche come gli effetti attesi della TTF sulla crescita sarebbero positivi e respingono l'argomento che la TTF renderebbe meno attrattive le piazze finanziarie europee per gli investitori intenzionati a lasciare la City dopo la Brexit.

Il tempo per la TTF europea è adesso! Dopo 4 anni di negoziati tecnici, il raggiungimento dell'accordo è oggi solo una questione di volontà politica dei leader europei. Un accordo atteso da oltre un milione di cittadini, firmatari, nel 2015, della Robin Hood Tax Petition promossa dalle organizzazioni della società civile e sindacali del vecchio continente.

La Campagna ZeroZeroCinque chiede a Gentiloni di:

- esprimersi pubblicamente a sostegno del disegno della TTF europea che sta emergendo dal negoziato in corso, auspicando il raggiungimento dell'accordo entro l'estate 2017

- assumere l'impegno pubblico a destinare il gettito dell'imposta a misure di lotta alla povertà in Italia, a programmi di cooperazione internazionale allo sviluppo e a interventi di contrasto al cambiamento climatico.

Le Robin Hood Tax Campaigns sono attive in 12 Paesi europei. La coalizione italiana sulla TTF è rappresentata dalla Campagna ZeroZeroCinque che dal 2010 riunisce 60 organizzazioni tra ONG, sindacati e realtà del mondo associativo italiano tra cui Movimento Consumatori.

PETIZIONI

Iniziativa dei cittadini europei contro l'uso del glifosato: obiettivo raggiunto!

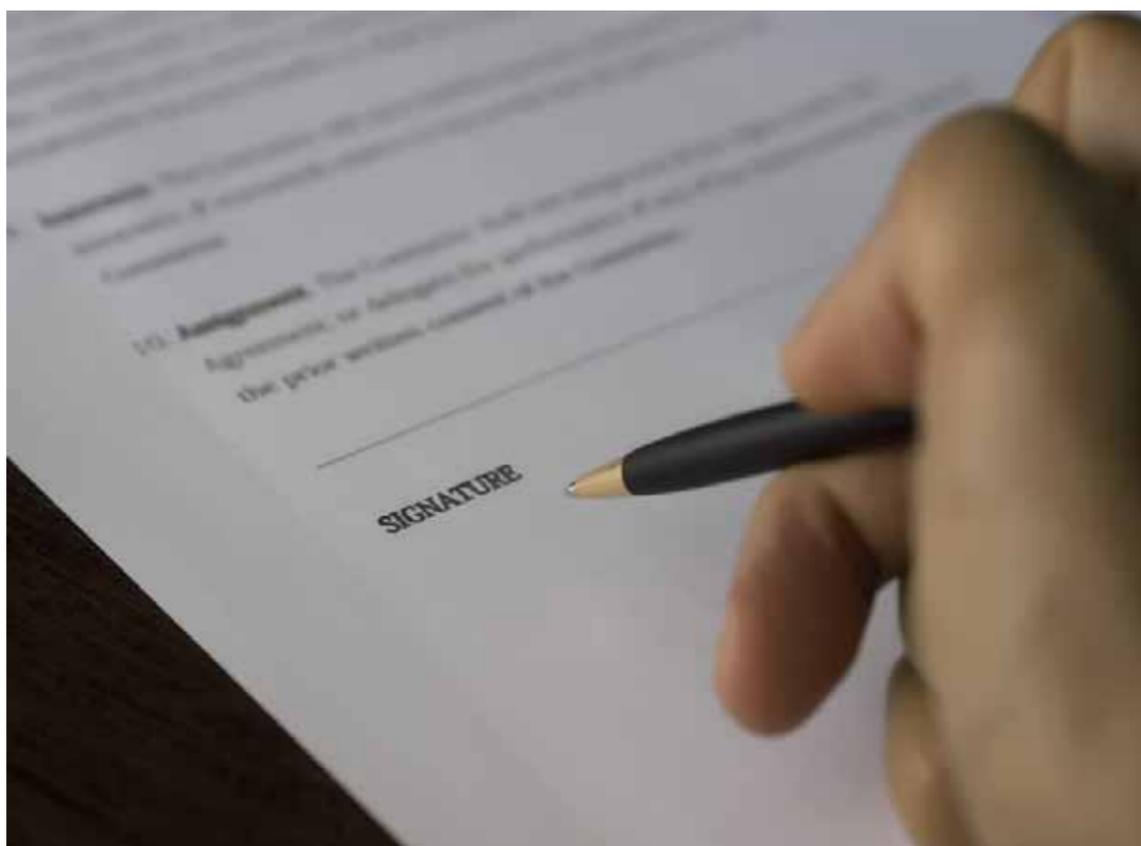


I cittadini europei hanno fatto sentire la propria voce! Oltre 1.300.000 firme sono state inviate il 3 luglio scorso a tutte le autorità nazionali.

Questi i numeri raggiunti dall'ICE per dire no all'utilizzo del glifosato in Europa. Un successo cui ha contribuito anche il nostro Paese con più di 73.000 firme. La campagna ICE StopGlyphosate, sostenuta da una coalizione paneuropea di oltre 100 organizzazioni, tra cui MC aveva l'obiettivo di raggiungere un milione di firme entro il 30 giugno scorso per vietare in Europa gli erbicidi a base di glifosato, una sostanza messa in relazione con il cancro negli esseri umani e con il degrado degli ecosistemi; garantire che la valutazione scientifica dei pesticidi per l'approvazione regolamentare dell'Ue si basasse unicamente su studi pubblicati, commissionati dalle autorità pubbliche competenti anziché dall'industria dei pesticidi; fissare obiettivi di riduzione obbligatori per l'uso dei pesticidi al livello dell'Ue. Questa ICE ha raggiunto i requisiti richiesti in meno di cinque mesi, facendone l'ICE più veloce da quando l'Unione europea ha introdotto questo strumento nel 2012. Più di un milione di cittadini hanno firmato in 28 Stati membri, la Commissione europea sarà dunque legalmente tenuta a rispondere alle richieste degli europei e a prenderle in considerazione nelle prossime decisioni. La petizione rimarrà comunque aperta, affinché le persone abbiano ancora l'opportunità di dire la propria contro il glifosato e a favore della riduzione dell'uso dei pesticidi nell'Ue. La Commissione ha recentemente annunciato la sua intenzione di rinnovare la licenza del glifosato in Europa per altri dieci anni. I governi dell'Ue saranno invitati a votare su questa proposta dopo l'estate. Sulla base dell'esito, la Commissione prenderà una decisione definitiva entro la fine dell'anno in cui scade l'attuale licenza sul glifosato.

POLIZZE DORMIENTI

L'Ivass suggerisce due azioni per verificare se un familiare deceduto aveva stipulato una polizza Vita



L'indagine sulle polizze Vita dormienti svolta dall'Ivass ha fatto emergere 4 milioni di polizze per le quali le imprese non sanno se l'assicurato è vivo o è deceduto. Molto spesso, i beneficiari non si fanno avanti perché non sanno di esserlo.

L'Ivass suggerisce due azioni per verificare se un familiare deceduto aveva stipulato una polizza vita.

1) Una prima strada è quella di rivolgersi al "Servizio ricerca coperture assicurative Vita" dell'Ania (Associazione nazionale delle imprese di assicurazione). Attraverso le imprese associate all'Ania, il servizio fornisce ai richiedenti (ad esempio, i coniugi delle persone decedute) informazioni sull'esistenza o meno, presso le imprese italiane, di coperture assicurative Vita relative alla persona deceduta, ipotizzata assicurata. La richiesta di informazioni deve essere effettuata seguendo le istruzioni e compilando i moduli presenti nella pagina web dedicata al servizio.

La ricerca si basa sul verificare, tra l'altro, che il nome di colui che chiede le informazioni compaia tra i beneficiari della polizza. Si suggerisce, perciò, di formulare tante richieste quante sono i potenziali beneficiari. Esempio: se è deceduto un familiare, padre di due figli, è bene che formulino la richiesta sia la moglie sia ciascuno dei due figli, per ampliare il raggio della ricerca.

2) Una seconda strada, che può aggiungersi alla prima, è quella di rivolgersi all'intermediario assicurativo, alla banca o all'impresa di assicurazione di cui si serviva il familiare, chiedendo informazioni – meglio se per iscritto – sulla esistenza della polizza.

Per ulteriori informazioni e assistenza è possibile telefonare al Contact Center Consumatori dell'Ivass, al numero verde 800 - 486661 dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 14.30.

CONTRATTI ASSICURATIVI

Dal 2018 obbligatoria nuova informativa comunitaria. Brevi informative con stesse caratteristiche di trasparenza siano allegare al nuovo documento



Il 1° agosto 2016, l'EIOPA (Autorità Europea delle assicurazioni e delle pensioni aziendali e professionali) ha pubblicato, in consultazione, una proposta di standard tecnici (ITS - Implementing Technical Standards) ai fini dell'armonizzazione del formato di presentazione del documento informativo per i prodotti assicurativi danni IPID (Insurance Product Information Document).

A partire dal febbraio 2018, dovrebbe finire il tempo delle polizze scritte in caratteri illeggibili e dal contenuto incomprensibile in quanto, tale documento dovrà essere fornito, secondo quanto stabilisce la normativa IDD (Insurance Distribution Directive), al potenziale assicurato prima della sottoscrizione di un contratto assicurativo danni, al fine di comprendere pienamente l'offerta assicurativa proposta e poter attuare un confronto con eventuali prodotti alternativi.

L'Autorità europea propone, a ragion veduta, un format standardizzato per l'IPID, che fornisca ai consumatori europei informazioni chiare e semplici sui prodotti assicurativi danni.

In Italia, l'Ivass e le associazioni dei consumatori (tra cui MC) che si sono riunite a Roma lo scorso 19 giugno, hanno chiesto di allegare all'IPID un prospetto informativo semplificato, ma hanno invece riscontrato un'immotivata resistenza da parte di Ania (l'Associazione Nazionale delle Imprese Assicuratrici).

Le associazioni dei consumatori, che hanno di recente incontrato l'Ivass per fare il punto sulla questione, denunciano l'ostruzionismo manifestato da Ania in tema di trasparenza.

Stiamo parlando di prodotti complessi e non vogliamo credere che non si possano sintetizzare, come invece affermano le compagnie assicuratrici. Perché in tal caso, si rende necessario affiancare il consumatore spiegandogli riga per riga le molteplici clausole, affatto chiare.

Non è più tollerabile vedere note informative o polizze costruite in evidente violazione di legge.

Le disposizioni di cui all'art. 166 comma 1 del Codice delle Assicurazioni, come pure l'art. 120 sull'informazione precontrattuale, già prevedono che polizze e documenti contrattuali siano redatti in modo chiaro ed esauriente. La IPID quindi non fa altro che attuare il secondo comma dell'art. 166 del Codice delle Assicurazioni il quale dispone che "Le clausole che indicano decadenze, nullità o limitazione delle garanzie ovvero oneri a carico del contraente o dell'assicurato sono riportate mediante caratteri di particolare evidenza".

Il consumatore sempre più spesso si trova di fronte a prodotti complessi illustrati e spiegati in maniera non trasparente. Le associazioni dei consumatori sono troppo spesso costrette a portare all'attenzione dell'Ivass e della giustizia civile le criticità legate a casi di polizze contenenti clausole illecite e vessatorie, mentre proliferano polizze contenenti pretese "penali", ovvero illegittime decurtazioni del risarcimento, giustificate con la asserita violazione di patti contrattuali illegittimi e vessatori sottoscritti dal consumatore non informato dietro la promessa di sconti irrisori e aleatori.

Il fenomeno è particolarmente diffuso nei contratti RC Auto e nelle polizze danni collegate, dove troppo spesso vengono denunciate dai consumatori, rimasti vittima di un sinistro, improprie pressioni da parte delle reti agenziali.

Trasparenza è la parola d'ordine, nel caso di dubbi o incomprensione del testo, fate controllare i contratti dalle associazioni dei consumatori.

L'IPID va predisposto entro febbraio 2018, secondo la normativa europea, e le associazioni dei consumatori condividono l'operato di Ivass, che ha predisposto un modello conforme da adottare anche prima dell'entrata in vigore della norma, ed insistono perché Ania e compagnie di assicurazioni si conformino quanto prima.

Non possiamo più tollerare condizioni di assicurazione contrarie alle norme sulla trasparenza e sulla chiarezza e la pervicace resistenza ad offrire informazioni comprensibili ai consumatori in merito alle polizze sottoscritte.

INDAGINE "LUCE SUL CANONE"

Canone TV in bolletta. Consumatori informati, ma critici sul pagamento. L'extragettito sia almeno usato per ridurre la tassa e per i meno abbienti



L'informazione e la conoscenza sono alla base di un corretto dialogo con il cittadino rispetto alle norme e soprattutto alle tasse, talvolta, per una serie di ragioni, particolarmente disapprovate dai contribuenti. Il pagamento del canone TV è senz'altro una tematica che da sempre è oggetto di polemiche e di malumori in quanto ritenuto balzello ingiustificato e collegato indissolubilmente alla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo. Indagare il livello di conoscenza della tematica nella sua evoluzione normativa, che ha portato questa tassa a gravare sulle nostre bollette, è stato quindi il primo step di questa indagine realizzata nell'ambito del progetto "Luce sul Canone"*. Ai consumatori è stato somministrato un questionario (pubblicato sui siti delle associazioni che hanno realizzato il progetto e somministrato anche tramite gli sportelli del progetto) da febbraio a giugno 2017 cui hanno risposto oltre 300 utenti in maggioranza di età compresa tra i 31 e i 75 anni e con un buon livello di istruzione. Dai dati raccolti è emerso che la maggioranza (65,7 % degli intervistati) associa correttamente il canone TV al possesso dell'apparecchiatura atta a captare il segnale televisivo, permane per il 14,4% la convinzione che tale importo sia ad appannaggio dei canali RAI e infatti il 22,4% ritiene ancora attuabile il sigillo dei canali RAI al fine dell'esenzione. Quanto all'utilizzo di nuove tecnologie di accesso ai programmi video (tablet, smartphone e computer), sebbene rappresenti la minoranza, non trascurabile è la quota del 30% circa del campione che associa erroneamente il pagamento del canone anche al possesso di queste strumentazioni (indipendentemente dalla presenza in essi del sistema atto a captare il segnale digitale terrestre o satellitare che è la vera discriminante rispetto all'imposizione dell'onere). La seconda parte dell'analisi si è focalizzata sulla recente normativa che ha introdotto l'addebito automatico del canone TV nella bolletta elettrica stabilendo, di fatto, un principio di inversione dell'onere della prova

che è stato assolutamente dirompente rispetto alla riscossione del canone, ma anche piuttosto criticato dai consumatori intervistati in quanto, in pratica, con il nuovo sistema la responsabilità di certificare eventuali casi di esenzione ricade sul cittadino, e nei casi in cui egli non adempie scatta l'automatismo. C'è da sottolineare che in precedenza invece era onere dell'Agenzia delle entrate accertare e sollecitare gli eventuali evasori e proprio la lotta all'evasione è stata infatti il principale effetto del nuovo sistema apprezzato da buona parte degli intervistati che sollevano però dei dubbi rispetto all'utilizzo dello strumento "bolletta" per riscuotere una tassa e, quindi, un uso slegato dalla fornitura di servizi.

Ma analizziamo i dati: la quasi totalità degli intervistati (90,4%) è perfettamente informata sulla differenziazione dei contratti vigenti nel settore elettrico e sulla norma che prevede l'automatismo esclusivamente per le utenze ad uso domestico residente, con esclusione quindi dei non residenti e dei contratti ad uso non domestico, per i quali nulla è cambiato rispetto al pagamento del canone TV cosiddetto speciale.

Un po' meno chiare sono risultate essere scadenze e modalità di presentazione delle richieste di esenzione (per mancato possesso della TV o per categorie particolari) che il 73,5% ha correttamente inquadrato, dato che può ritenersi fisiologico rispetto alla fase iniziale di passaggio al nuovo sistema e soprattutto al notevole ritardo nell'entrata in vigore della norma rispetto alle ordinarie scadenze di pagamento annuale. Particolare criticità, emersa anche dalle richieste arrivate al call center attivato per il progetto, si è rilevata su due aspetti della nuova normativa: l'esenzione degli ultrasessantacinquenni, che non è più collegata al solo dato anagrafico, ma anche al reddito, e il sistema dei rimborsi che conseguenzialmente all'automatismo dell'addebito ha visto un accrescersi dei casi. Quasi il 90 % degli intervistati è a conoscenza della modulistica

e delle corrette modalità di richiesta ma, sul fronte delle segnalazioni pervenute agli sportelli e al numero verde, sono state molte le lamentele per i disagi subiti. La terza parte dell'indagine ha raccolto l'opinione dei cittadini sulle novità introdotte, vantaggi e svantaggi del nuovo sistema di riscossione del canone TV, sull'efficacia dell'azione informativa diretta al cittadino attraverso i diversi canali attivati e infine ha invitato il consumatore ad esprimere i propri suggerimenti per migliorare il sistema.

Quasi il 70% del campione ritiene che questo sistema di pagamento sia più agevole per il contribuente e circa il 60% lo reputa un buon modo per combattere l'evasione. Negativo il giudizio invece per quanto concerne la valenza della nuova norma come modalità di sostegno delle famiglie meno abbienti e per migliorare la qualità del servizio televisivo, infatti alla domanda come investirebbero l'extragettito in altri servizi alla cittadinanza, quasi il 90% dei consumatori ha risposto che lo impiegherebbe in progetti realizzati dalle associazioni a sostegno delle fasce deboli della popolazione e quasi il 54% riterrebbe invece utile investire per migliorare la qualità dell'offerta televisiva e ridurre la pubblicità.

Per quanto concerne l'efficacia della campagna informativa i consumatori si sono espressi in maniera molto negativa riguardo ai canali istituzionali di contatto, quali il numero verde RAI (rispetto al quale il 76% degli intervistati ha espresso parere negativo) e il sito dell'Agenzia delle entrate (71% di giudizi negativi); particolarmente critici gli intervistati rispetto all'assistenza prestata dagli sportelli territoriali dell'Agenzia delle entrate (solo il 18% si è espresso positivamente).

Raccolgono ampio consenso gli spot televisivi (positivi per il 75%) e supera la sufficienza, con un 66% di giudizi positivi la campagna su giornali, riviste e siti internet. Buona anche la percezione dell'operato delle associazioni dei consumatori attraverso i siti Internet e gli sportelli informativi.

L'opinione dei consumatori rispetto alla misura, poi attuata nel 2017, di utilizzare l'extragettito per sostenere la fascia degli ultrasessantacinquenni è discordante e infatti solo il 39% approva la scelta, un terzo avrebbe preferito sostenere le fasce economicamente deboli e un terzo preferirebbe un'equa redistribuzione per tutti i contribuenti con abbassamento della quota attuale. Complessivamente i consumatori intervistati sembrano aver rapidamente assimilato il nuovo sistema di pagamento della tassa verso la quale però rimangono complessivamente critici soprattutto in questo momento di particolare difficoltà economica. Questo dato emerge in particolar modo dalle proposte di investimento dell'extragettito in massima parte indirizzate alla riduzione della tassa, al sostegno a tutte le fasce deboli della cittadinanza, ai lavoratori e al miglioramento dei servizi pubblici.

*progetto promosso da Cittadinanzattiva, Federazione Confconsumatori - ACP e MC, finanziato dal Ministero dello Sviluppo economico, per fornire informazioni e consulenza sul canone radiotelevisivo e sulle recenti modifiche apportate dalla legge di Stabilità che ha introdotto il canone TV in bolletta.

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



Trasparenza delle nomine: serve una legge quadro per gli enti locali

di Gustavo Ghidini*

Più trasparenza per le nomine delle società partecipate. Lo chiediamo da anni come Movimento Consumatori e lo abbiamo chiesto a tutte le nuove amministrazioni uscite dalle recenti e meno recenti elezioni amministrative. Una richiesta di partecipazione dal basso che ha visto il coinvolgimento di numerose associazioni del Terzo settore e di numerosi cittadini. A fronte di questo nostro appello, le amministrazioni si sono comportate nei modi più disparati. Alcune (poche) hanno risposto positivamente agli appelli alla trasparenza; altre (e purtroppo sono la maggior parte) o non hanno risposto o, pur avendo dato la loro disponibilità, non hanno poi adottato gli strumenti necessari per fare in modo che la trasparenza fosse davvero praticata nelle nomine degli amministratori delle società partecipate.

La maggior parte delle poltrone dalle quali si governano i principali servizi pubblici in Italia (dai trasporti, allo smaltimento dei rifiuti, etc.), quindi, è ancora occupata da soggetti scelti senza un pubblico confronto e senza che i cittadini abbiano potuto valutare competenze e curricula. E' evidente come, da questo meccanismo poco trasparente, sia facile che a cascata possa derivare una cattiva gestione delle

società in questione e, di conseguenza, un pessimo servizio pubblico per i cittadini.

Già solo con la previsione della necessità di audizione pubblica (aperta ai cittadini e ai media) per i candidati, si eviterebbero le candidature più improbabili e verrebbero alla luce (prima e non dopo) evidenti conflitti di interesse o evidenti incompetenze.

E' sempre più evidente che gli appelli al senso civico e alla moralità che abbiamo fatto in questi anni, da soli, non bastano. Serve che ci sia un impulso legislativo serio che imponga un livello minimo di trasparenza. Nonostante le innumerevoli riforme dei servizi pubblici locali e degli enti locali, queste previsioni infatti non sono ancora entrate nell'agenda politica. Riteniamo che sia imprescindibile che invece la politica regoli un aspetto tanto essenziale della vita pubblica attraverso una legge quadro che fornisca una cornice minima di trasparenza cui gli enti locali devono adeguarsi, con i necessari margini di autonomia e sotto il controllo delle comunità territoriali di riferimento.

*presidente Movimento Consumatori

* Sovraindebitamento e gestione del credito, quali tutele per il consumatore?

Il sovraindebitamento sta diventando un fenomeno ad alto impatto sociale: è sempre più facile trovare famiglie che si trovano in situazioni di difficoltà rispetto ad impegni economici presi in passato o che non riescono a pagare bollette o rate del mutuo. Come si può far fronte a queste situazioni di difficoltà? Alcune risposte sono arrivate dal convegno "La gestione del credito, il sovraindebitamento del consumatore e il Codice di Condotta Forum Unirec-Consumatori", che si è svolto il 7 luglio scorso a Caserta, presso la Camera di Commercio.

L'iniziativa, che rientra in una campagna informativa territoriale sui temi della tutela del credito, è stata l'occasione per parlare della legge "Salva Suicidi", che ha introdotto nel nostro ordinamento la procedura di esdebitazione per uscire dalle gravi situazioni di sovraindebitamento, e per presentare la versione aggiornata del Codice di Condotta del Forum Unirec-Consumatori, frutto di confronto tra le imprese di gestione del credito e le AAC finalizzate alla ricerca di regole condivise e delle buone prassi. Per la prima volta il confronto tra consumatori e imprese è stato arricchito dalla presenza dell'avvocatura: un segno importante che dimostra la volontà, espressa dalle tre parti, di instaurare una proficua collaborazione nell'interesse dei cittadini in difficoltà. Fondato nel 2014 per promuovere la cultura di un recupero crediti virtuoso, il Forum Unirec-Consumatori è oggi il soggetto di riferimento per le "Buone Prassi di recupero condivise", contribuendo ad assicurare ai consumatori maggiori tutele in uno dei settori sempre più strategici per il Paese.

* Questione di principio (attivo!)

DOMANDE E RISPOSTE SUI FARMACI EQUIVALENTI

I farmaco di marca e la sua versione equivalente hanno la stessa efficacia? Chi lo certifica?

Per poter essere commercializzati nella Comunità europea, sia i medicinali originatori (di marca) sia i medicinali equivalenti devono aver ottenuto da parte di una Autorità regolatoria, nazionale o europea, un'autorizzazione all'immissione in commercio che si basa su protocolli, condivisi da tutti i Paesi Ue, che certifica tre parametri fondamentali: qualità, sicurezza e efficacia terapeutica. Mentre nell'Unione europea è l'EMA ad assicurare questo per tutte le procedure centralizzate, in Italia questa funzione è svolta dall'Agenzia Italiana del Farmaco (AIFA) che garantisce il processo di registrazione dei farmaci secondo le procedure previste dalla normativa europea. Questo garantisce al paziente la qualità del prodotto farmaceutico cui devono conformarsi tutti i medicinali.

Quali sono i vantaggi derivanti dall'uso degli equivalenti?

I farmaci equivalenti sono molto più economici dei prodotti originali: hanno un prezzo inferiore di almeno il 20% rispetto ai medicinali di riferimento, come diretta conseguenza della scadenza del brevetto inizialmente concesso al medicinale innovativo. Ciò costituisce un'importante risorsa per i cittadini e per il Servizio Sanitario Nazionale.

I cittadini possono acquistare ad un prezzo decisamente più basso i farmaci non rimborsati dal SSN, che pagano dunque di tasca propria. Il Servizio Sanitario Nazionale può continuare a fornire le cure necessarie ai pazienti liberando allo stesso tempo risorse da impiegare nell'acquisto di specialità medicinali innovative e molto costose, destinate a patologie gravi e ad oggi spesso incurabili, e per aumentare - se possibile - l'offerta di farmaci gratuiti alla cittadinanza.

Equivalente e farmaco originale spesso contengono eccipienti differenti? Questo può incidere sulla sostituibilità?

Solo nel caso in cui il farmaco sia destinato a particolari categorie di pazienti: ad esempio, un farmaco contenente saccarosio deve essere somministrato con attenzione ai pazienti diabetici, mentre i farmaci contenenti lattosio non sono indicati in soggetti intolleranti a questa sostanza. Il medico prescrittore, il farmacista e lo stesso paziente hanno a disposizione le "avvertenze speciali" contenute nel foglietto illustrativo del medicinale e consentono al medico, al farmacista e allo stesso paziente di valutare l'eventuale presenza nel prodotto di sostanze che il paziente deve assumere con cautela.

Risposte a cura del dott. Fiorenzo Corti, medico di famiglia

* Io Sono Originale

Ha chiuso in bellezza il road show contro la contraffazione con le ultime tappe in Sicilia e in Sardegna.

Catania, Siracusa, Palermo, Oristano e Cagliari sono state lo scenario degli appuntamenti conclusivi del tour (ultimo evento l'11 luglio scorso nel capoluogo di provincia sardo).

Ogni tappa ha previsto l'allestimento di spazi espositivi in cui gli operatori hanno offerto informazioni e materiali sulla lotta alla contraffazione e il pubblico ha potuto assistere a un divertente spettacolo teatrale e ricevere in omaggio dei simpatici gadget.

"Io Sono Originale" è un'iniziativa finanziata dal Ministero dello Sviluppo economico - Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM e realizzata dalle associazioni dei consumatori (tra cui MC), che mette in campo attività di informazione e di sensibilizzazione per i cittadini sulla contraffazione e sulla tutela della proprietà industriale.

Tutte le informazioni sulle diverse attività del progetto sono presenti sul sito www.movimentoconsumatori.it e sulla pagina Facebook <https://www.facebook.com/iosonoriginale>.



Consumers' iniziative

MC avvia azioni giudiziarie collettive per la richiesta di adeguamento degli stipendi dei dipendenti pubblici

Dopo i ricorsi collettivi a favore dei pensionati Inps, MC scende in campo per tutelare tutti i dipendenti pubblici. I dipendenti statali hanno subito il blocco dei rinnovi contrattuali e hanno, quindi, subito un danno consistente dal mancato adeguamento retributivo. Dal mese di gennaio 2010 fino ad oggi, infatti, a causa del blocco della contrattazione collettiva, le paghe base dei dipendenti pubblici non hanno beneficiato di alcun adeguamento stipendiale rispetto al sempre crescente costo della vita. Il blocco della contrattazione collettiva per gli stipendi statali dall'anno 2010 è stato disposto dall'art. 9 comma 17 del decreto legge 78/2010 convertito dall'art. 1 comma 1 della legge n. 122/2010. La sentenza della Corte Costituzionale n. 178 del 24.06.2015 ha sancito l'illegittimità costituzionale delle norme che avevano disposto il blocco della contrattazione collettiva nel pubblico impiego. Con questa sentenza la Corte Costituzionale ha stabilito che il protrarsi eccessivamente nel tempo del blocco dei contratti del pubblico impiego è illegittimo e incostituzionale. Da gennaio 2010, pertanto, i dipendenti pubblici non hanno mensilmente percepito l'adeguamento del loro stipendio a causa di un provvedimento legislativo che nel 2015 è stato cancellato dalla Corte Costituzionale. Il disagio economico è stato patito in diretta conseguenza di una norma che non esiste più dal mese di agosto 2015. Ma nonostante questo il blocco è oggi ancora attivo e gli adeguamenti non arrivano. MC ha deciso di dire basta. La sentenza della Consulta ha spalancato le porte all'azione giudiziaria, perché dal 2010 ad oggi non avrebbe dovuto essere disposto alcun blocco! E i dipendenti pubblici avrebbero percepito incrementi stipendiali in ciascuno degli 89 mesi finora trascorsi. Per tutto il periodo di blocco antecedente al 2015, MC chiederà l'ottenimento di un indennizzo (si chiama "indennizzo" perché lo Stato ha applicato il blocco prima che la Consulta lo dichiarasse incostituzionale). Per tutto il periodo che va dalla sentenza del 2015 ad oggi MC chiederà un risarcimento (si chiama così perché lo Stato ha continuato a mantenere in blocco anche dopo la sentenza di incostituzionalità). Sia l'indennizzo che il risarcimento consistono in importi economici mensili che MC richiederà nei ricorsi collettivi in favore dei dipendenti pubblici che aderiranno all'azione giudiziaria collettiva. L'indennizzo e il risarcimento devono coprire tutto il decremento del potere di acquisto degli stipendi pubblici in questi ultimi sette anni e anche gli interessi legali. In ogni caso, l'importo richiesto sarà assistito nel ricorso collettivo dalla clausola: "Salvo maggiore o minore somma ritenuta di giustizia dall'Autorità giudiziaria". MC si impegna a richiedere queste somme, salvo che il Tar le stabilisca minori oppure maggiori: la quantificazione è un criterio guida di massima, utile per comprendere in linee indicative a quanto ammonta il maltolto. Tutte le informazioni su come aderire sono su www.movimentoconsumatori.it.

* We Like



Il glossario del consumo responsabile

Sviluppo sostenibile

Il consumatore socialmente responsabile presta attenzione all'impatto ambientale durante tutto il ciclo di vita dei beni o servizi che intende acquistare. Si attiva quotidianamente per risparmiare acqua, energia, altre risorse naturali riducendo gli sprechi. Predilige prodotti confezionati con imballaggi riutilizzabili e certificati sulle prestazioni ambientali. E' attento alla presenza di sostanze presenti nei prodotti che possano generare un danno all'ambiente.

Adotta comportamenti virtuosi nello smaltimento dei rifiuti, così come è attento agli spostamenti quotidiani cercando di limitare le emissioni di CO2. Programma i propri consumi alimentari prestando attenzione all'origine dei prodotti e alla distanza tra luogo di produzione e consumo. Conserva correttamente gli alimenti per non sprecarli. E si informa sugli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. I 17 obiettivi di sviluppo sostenibile e i 169 sotto-obiettivi sono la chiave di volta dell'Agenda 2030. Tengono conto in modo equilibrato della dimensione economica, della dimensione sociale e della dimensione ambientale dello sviluppo sostenibile e inseriscono in un dispositivo comune l'eliminazione della povertà e lo sviluppo sostenibile. Gli OSS devono essere raggiunti da tutti gli Stati membri dell'ONU entro il 2030. Ciò significa che tutti i Paesi sono chiamati a raccogliere le sfide più urgenti che il mondo si trova di fronte. Devono inoltre essere introdotte misure che spingano gli attori non statali a dare un maggiore contributo allo sviluppo sostenibile.

FOCUS FAIRTRADE

Perché il caffè Fairtrade è più buono?

I caffè non sono tutti uguali. Non solo per il gusto, l'aroma e la corposità. La loro bontà, infatti, dipende anche da come sono stati prodotti. Dal rispetto dei diritti di chi coltiva le piante, di chi raccoglie le bacche e lavora i chicchi, affinché la bevanda che apprezziamo tanto sia "buona" davvero. Essere consapevoli di ciò che sta dietro ad un prodotto che consumiamo ci può far fare le scelte giuste. Quando siamo tra gli scaffali del supermercato, prima di porre nel carrello il cibo di cui ci nutriamo chiediamoci: da dove viene? Com'è arrivato fin qui? Fairtrade lavora proprio per consentire ai piccoli agricoltori un accesso giusto al mercato, affinché il loro lavoro possa

essere giustamente ripagato. Ma c'è ancora molto da fare, soprattutto sul piano dei guadagni e dei redditi dei contadini. Da anni, il sistema del marchio etico più conosciuto al mondo è impegnato nel calcolo di un reddito dignitoso, Paese per Paese. Un lavoro lungo, che impiegherà parecchio tempo, per avviare progetti pilota che valutino l'impatto in ciascuna delle realtà interessate. Uno di questi studi appena pubblicato riguarda proprio il caffè: "Assessing coffee farmer household", condotto da Fairtrade International e l'impresa sociale True Price, evidenzia come i redditi familiari dei contadini in sette Paesi di Africa e Asia (Ruanda, Tanzania, Uganda, Kenya, In-

dia, Indonesia e Vietnam) siano ancora troppo bassi. Nelle realtà locali prese in analisi, la quota di vendite a condizioni Fairtrade è troppo esigua, visto che non arriva nemmeno al 30%. Il reddito basso da caffè, a sua volta, porta alla mancanza di investimenti a livello aziendale da parte degli agricoltori e anche a rese inferiori nei campi, perpetuando una spirale di povertà. In un sistema che funziona, per fare in modo che chi coltiva possa avere un reddito dignitoso, tutti gli anelli della catena di produzione devono essere disposti a pagare un po' di più: gli esportatori, gli importatori, i marchi, i distributori e i consumatori. Ognuno deve fare la propria parte.

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 14.06.2016

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. 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) 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)

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 aggiorn-

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.

Per maggiori informazioni:

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

Telefono **06 4880053**

Email: 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

Asti, tel. 0141 557557
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

SARDEGNA

Sassari, tel. 340 3750660

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/

Progetto realizzato da:



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